

Nerea Puig Marín

Economia i empresa

**ANÀLISI DE L'IMPACTE DE LA SOSTENIBILITAT AMBIENTAL SOBRE LA
RENDIBILITAT DE LES EMPRESES DE COSMÈTICA ESPANYOLES**

TREBALL DE FI DE GRAU

Àrea temàtica: Organització i estratègia

Grau de Finances i Comptabilitat



**FACULTAT D'ECONOMIA i EMPRESA
Universitat Rovira i Virgili**

Reus

Curs 2025-26

ÍNDEX

1. TÍTOL, RESUM I PARAULES CLAU	4
2. PRESENTACIÓ	5
3. INTRODUCCIÓ	6
3.1 Actual context del sector cosmètic a Espanya	6
3.2 La importància de la sostenibilitat en el sector de la cosmètica	7
3.3 Problema de recerca	8
3.4 Hipòtesis del treball	8
3.5 Objectius del treball	9
3.6 Estructura del treball	9
4. MARC TEÒRIC	10
4.1 Sostenibilitat empresarial	10
4.1.1 Evolució del concepte de sostenibilitat empresarial	10
4.1.2 Tres pilars	12
4.1.3 Sostenibilitat com avantatge competitiu	13
4.2 Sostenibilitat en el sector cosmètic	13
4.2.1 Impactes ambientals del sector	14
4.2.2 Tendències del consumidor i sostenibilitat	15
4.3 Marc regulador	15
4.3.1 Normatives	15
4.3.2 Certificacions	16
4.4 Rendibilitat i model de negoci	18
4.4.1 Indicadors	19
4.4.2 Relació sostenibilitat – rendiment	20
5. DESENVOLUPAMENT DEL TFG: METODOLOGIA	20
5.1 Metodologia i selecció de la mostra	20
5.2 Criteris de selecció i la mostra	22
5.3 Fonts d'informació	28
5.4 Criteris d'avaluació de sostenibilitat	28
5.5 Criteris d'avaluació del rendiment financer	30
6. ANÀLISI I RESULTATS	32

6.1 Anàlisis del nivell de sostenibilitat	33
6.1.1 Anàlisi i avaluació individual del grau de sostenibilitat	33
6.1.2 Comparativa del nivell de sostenibilitat	43
6.2 Anàlisi del nivell de rendibilitat.....	44
6.2.1 Anàlisi individual del rendiment del rendiment financer	44
6.2.2 Comparativa del rendiment financer.....	55
7.2 Conclusions generals de l'estudi.....	59
7.3 Limitacions i futures línies d'investigació	60
8. REFERÈNCIES BLIBIOGRÀFIQUES.....	61
9. ANNEXOS.....	64
A. Desenvolupament teòric complementari.....	64
B. Taules completes d'avaluació sostenibilitat i gràfics	68
C. Taules completes d'anàlisi financera i gràfics	68

ÍNDEX DE TAULES

Taules 1-10. Descripció de la mostra analitzada.....	pàg.23-27
Taules 11-20. Avaluació del grau de sostenibilitat de les empreses analitzades.....	pàg.33-42
Taules 21-30. Avaluació del rendiment financer de les empreses analitzades (2021-2024)	pàg.44-54

ÍNDEX DE GRÀFICS

Gràfic 1. Distribució del mercat cosmètic europeu per segments (2024).....	pàg.21
Gràfic 2. Comparativa del nivell de sostenibilitat de les empreses analitzades durant el període 2021-2024.....	pàg.43
Gràfic 3. Comparativa del rendiment financer de les empreses analitzades durant el període 2021-2024.....	pàg.55
Gràfic 4. Distribució dels nivells de rendibilitat financera de les empreses analitzades durant el període 2021-2024.....	pàg.56
Gràfic 5. Relació entre sostenibilitat i rendiment financer de les empreses analitzades (2021-2024).....	pàg.57

1. TÍTOL, RESUM I PARAULES CLAU

Títol: Anàlisi de l'impacte de la sostenibilitat ambiental sobre la rendibilitat de les empreses de cosmètica espanyoles.

Aquest treball analitza la relació entre la sostenibilitat ambiental i la rendibilitat de deu empreses de cosmètica espanyoles. Per fer-ho, s'avalua el compromís ambiental de cada empresa a partir de certificacions, informes de sostenibilitat i polítiques ambientals.

Paral·lelament, s'analitza la rendibilitat de les empreses mitjançant indicadors financers com el ROE (rendibilitat financera), el ROA (rendibilitat econòmica) i el marge net. A partir dels resultats obtinguts, es comparen els diferents nivells d'integració sostenible dins de l'estratègia empresarial.

Paraules clau: sostenibilitat, dimensió ambiental, rendibilitat, cosmètica espanyola i estratègia empresarial.

Título: Análisis del impacto de la sostenibilidad ambiental sobre la rentabilidad de las empresas de cosmética españolas.

Este trabajo analiza la relación entre la sostenibilidad ambiental y la rentabilidad de diez empresas de cosmética españolas. Para ello, se evalúa el compromiso ambiental de cada empresa a partir de certificaciones, informes de sostenibilidad y políticas medioambientales.

Paralelamente, se analiza la rentabilidad de las empresas mediante indicadores financieros como el ROE (rentabilidad financiera), el ROA (rentabilidad económica) y el margen neto. A partir de los resultados obtenidos, se compararan los diferentes niveles de integración sostenible dentro de la estrategia empresarial.

Palabras clave: sostenibilidad, dimensión ambiental, rentabilidad, cosmética española y estrategia empresarial.

Title: Analysis of the Impact of Environmental Sustainability on the Profitability of Spanish Cosmetics Companies.

This study analyses the relationship between environmental sustainability and the profitability of ten Spanish cosmetics companies. To do so, the environmental commitment of each company is evaluated through certifications, sustainability reports and environmental policies.

At the same time, the profitability of the companies is analysed using financial indicators such as ROE (Return on Equity), ROA (Return on Assets), and net profit margin. Based on the results obtained, the different levels of sustainable integration within business strategy are compared.

Keywords: sustainability, environmental dimension, profitability, Spanish cosmetics industry and business strategy.

2. PRESENTACIÓ

En els darrers anys, la sostenibilitat ha adquirit un paper molt important en l'estratègia de les empreses, especialment en sectors amb un gran impacte ambiental i social, com és el cas del de la cosmètica. L'increment de la consciència ambiental, les noves exigències de la normativa i un consumidor més crític i informat, han obligat les marques a adaptar tant els seus processos productius com les formulacions dels productes i la manera en com comuniquen la seva activitat.

La tria d'aquest tema neix del meu interès personal pel sector de la cosmètica i la sostenibilitat, dos àmbits que des de fa un temps han evolucionat de manera notable. Com a consumidora, he observat com moltes marques han incorporat pràctiques més responsables, com el *cruelty free* o el desenvolupament de productes amb menor impacte ambiental, on algunes firmes han sigut líders en aquest procés i d'altres han hagut d'adaptar-se. Aquest canvi m'ha despertat la curiositat d'analitzar fins a quin punt aquest compromís sostenible pot influir en el comportament del consumidor.

El treball s'organitza en tres blocs. En primer lloc, la introducció, on es contextualitza el sector, s'exposa el problema, la hipòtesi i els objectius de l'estudi. A continuació, el marc teòric, que recull i desenvolupa els conceptes clau sobre sostenibilitat empresarial, contextualitza i es presenta el perfil de les empreses seleccionades. Seguidament, es descriu la metodologia utilitzada i els criteris escollits per avaluar el nivell de sostenibilitat i la seva relació amb la rendibilitat empresarial. Finalment, es du a terme una anàlisi comparativa de les empreses per identificar patrons i extreure conclusions.

En relació amb les competències del grau, s'integren els coneixements adquirits en les assignatures d'Organització d'Empreses, Màrqueting i Anàlisi de Dades Financeres, que m'han aportat les eines necessàries per fer l'anàlisi, interpretar les dades i comprendre com la sostenibilitat pot influir en la gestió corporativa i en el rendiment financer.

L'objectiu final del treball és aportar una visió actual sobre com la sostenibilitat influeix en el posicionament i la reputació de les marques de cosmètica espanyoles. Analitzar si més enllà d'un compromís social i ambiental, pot convertir-se també en una estratègia de diferenciació empresarial.

3. INTRODUCCIÓ

3.1 Actual context del sector cosmètic a Espanya

El sector cosmètic i de la perfumeria a Espanya s'ha consolidat durant els darrers anys com una indústria amb un pes rellevant dins de l'economia espanyola. Segons la Radiografia de la Indústria Cosmètica y del Perfume elaborada per STANPA, el consum de productes cosmètics i de perfumeria va superar els 11.200 milions d'euros l'any 2024, amb un creixement del 7,7% respecte a l'any anterior (STANPA, 2025b). A més, aquest sector representa aproximadament l'1,03% del PIB Espanyol, situant-se entre les indústries amb creixement més alt dins del mercat nacional.

La indústria cosmètica espanyola està formada per empreses dedicades principalment a la fabricació, distribució i comercialització de productes de perfumeria, cosmètica i cura personal. STANPA, l'Associació Nacional de Perfumeria i Cosmètica fundada l'any 1952 integra actualment més de 400 entitats, les quals representen més del 90% del sector espanyol. A més, el sector també destaca per la seva capacitat de generar milers de llocs de treball, tan de forma directa com indirecta.

Un altre dels aspectes més rellevants del sector és la seva projecció internacional, Espanya s'ha consolidat com un dels principals exportadors mundials de perfumeria i cosmètica, situant-se com el segon exportador mundial de perfums dins del top 10 mundial d'exportacions de productes cosmètics. Durant l'any 2024, les exportacions van incrementar un 23%, superant el 9.500 milions d'euros (STANPA, 2025a).

Al mateix temps, els hàbits de consum dins del sector cosmètic també han evolucionat durant els darrers anys. Aspectes com el benestar personal, la composició dels

productes, la transparència i les pràctiques empresarials de les marques han anat adquirint més importància en les decisions de compra dels consumidors. Com a conseqüència, la sostenibilitat s'ha incorporat progressivament en les estratègies empresarials de moltes marques cosmètiques (STANPA, 2025b).

3.2 La importància de la sostenibilitat en el sector de la cosmètica

En els darrers anys, la sostenibilitat s'ha consolidat com un element clau dins del sector cosmètic, deixant de ser un factor qualsevol per convertir-se en una exigència del mercat. Aquest canvi es veu impulsat per l'augment de la consciència ambiental per part dels consumidors i per un increment de la pressió reguladora i social sobre les empreses (Mensah, 2019).

El sector de la cosmètica presenta un gran impacte ambiental, especialment en relació amb l'ús excessiu d'envasos plàstics i la generació de residus al llarg de tot el cicle de vida del producte. A més, alguns productes cosmètics contenen microplàstics que contribueixen a la contaminació del mar i oceans, fet que ha incrementat la pressió per adoptar models productius més responsables (UNEP, 2015).

Davant aquesta situació, les empreses han començat a integrar pràctiques més sostenibles, com l'ús d'ingredients d'origen natural, la reducció de materials contaminants i la implementació d'envasos sostenibles. Aquestes accions responen tant a la necessitat de reduir l'impacte ambiental com a l'adaptació a les noves exigències reguladores. En aquest sentit, el nou Reglament Europeu sobre envasos i residus d'envasos (Reglament UE 2025/40), aplicable a partir de l'agost 2026, estableix nous requisits relacionats amb el reciclatge, la reducció de residus i la sostenibilitat dels envasos dins de la Unió Europea (Comissió Europea, 2025).

Tal com s'ha esmentat anteriorment, la posició del consumidor també ha evolucionat cap a una exigència més elevada en termes d'ètica, transparència i responsabilitat social per part de les empreses. Segons l'informe *Clean Beauty Is The New Chic: How Conscious Consumers Are Redefining Beauty Growth* de NielsenIQ, els consumidors mostren una preferència creixent en productes vinculats a ingredients naturals, *packaging* sostenible i pràctiques empresarials responsables, especialment entre les generacions més joves (NielsenIQ, 2025).

En l'actualitat, la sostenibilitat ja no respon únicament a una necessitat ambiental o social, sinó que es converteix en un element estratègic comú per les empreses del

sector. La seva integració pot contribuir a millorar la reputació corporativa i generar avantatges competitiu en un mercat altament competitiu (Porte & Kramer, 2011).

3.3 Problema de recerca

En el context actual del sector cosmètic, moltes empreses han incorporat la sostenibilitat dins de les seves estratègies empresarials, fet que genera la necessitat d'analitzar fins a quin punt aquest compromís es tradueix en resultats reals per les organitzacions.

Tot i l'augment de pràctiques sostenibles i el discurs relacionat amb la responsabilitat ambiental i social, no sempre és evident que aquestes iniciatives tinguin un impacte directe sobre variables com la rendibilitat o el rendiment financer. En alguns casos, la sostenibilitat pot actuar com una inversió estratègica a llarg termini, mentre que en altres pot suposar costos addicionals sense un retorn clar econòmic.

Davant aquesta situació, el problema de recerca d'aquest treball se centra a determinar quin és el grau d'implantació de la sostenibilitat ambiental en diverses empreses cosmètiques espanyoles durant el període 2021-2024, així com estudiar si existeix una relació entre el nivell d'integració sostenible i el rendiment financer.

L'estudi es desenvolupa a partir d'una mostra d'empreses amb diferents dimensions, nivells de consolidació i posicionaments dins del sector cosmètic espanyol, amb l'objectiu d'obtenir una anàlisi comparativa sobre les pràctiques sostenibles i la seva possible relació amb els resultats financers.

3.4 Hipòtesis del treball

La hipòtesi plantejada en aquest estudi parteix de la idea que les empreses cosmètiques espanyoles que integren la sostenibilitat de manera real i coherent dins del seu model de negoci tendeixen a presentar un millor posicionament en termes de rendibilitat i rendiment financer.

L'estudi analitza si una integració més elevada de pràctiques sostenibles es pot associar amb una evolució financera més favorable durant el període analitzat (2021-2024).

Així mateix, es considera que l'aplicació de pràctiques ambientals i socials pot contribuir a reforçar el posicionament empresarial i la consolidació corporativa de les organitzacions. Aquest fet podria acabar reflectint-se en una evolució financera més

favorable i consolidar la sostenibilitat com un factor estratègic rellevant dins de l'estructura empresarial.

3.5 Objectius del treball

L'objectiu principal d'aquest treball és analitzar la relació entre la sostenibilitat i el rendiment financer de les empreses cosmètiques espanyoles durant el període 2021-2024.

Per assolir aquest objectiu general, l'estudi pretén identificar les principals pràctiques sostenibles aplicades per les empreses analitzades, comparar el seu nivell d'integració sostenible a través de diferents criteris i indicadors, i avaluar la seva situació financera a partir de diferents indicadors econòmics, financers i de rendibilitat.

Finalment, el treball busca examinar si existeix una relació entre el nivell de sostenibilitat de les empreses i els seus resultats econòmics, així com observar les diferències existents en funció de l'estructura, la consolidació i l'estratègia empresarial de cada organització.

3.6 Estructura del treball

El treball s'estructura en cinc parts principals.

En primer lloc, la introducció, on es presenta el context del sector cosmètic a Espanya, la rellevància de la sostenibilitat en l'àmbit empresarial, així com el problema de recerca, la hipòtesi i els objectius del treball.

En segon lloc, el marc teòric, que recull els conceptes essencials relacionals amb la sostenibilitat empresarial del sector cosmètic, la rendibilitat i el marc regulador.

En tercer lloc, la metodologia, on es descriu el tipus de recerca, la selecció de les empreses analitzades, les fonts d'informació i els criteris d'avaluació establerts i utilitzats.

En quart lloc, l'anàlisi i els resultats finals, en què s'avalua i es compara el grau de sostenibilitat i la rendibilitat de les empreses, així com les relacions entre aquestes variables.

Finalment, les conclusions, on es dona resposta als objectius plantejats, es contrasta la hipòtesi inicial i es destaquen els resultats més rellevants, les limitacions i es proposen opcions futures que poden orientar a estudis posteriors.

4. MARC TEÒRIC

4.1 Sostenibilitat empresarial

El concepte de sostenibilitat empresarial, tal com el coneixem avui dia, és el resultat d'una evolució progressiva de la manera d'entendre la relació entre economia, medi ambient i societat. Tot i ser un concepte relativament recent, les seves primeres reflexions relacionades amb la gestió dels recursos naturals i els límits del creixement econòmic apareixen molt abans del desenvolupament de la seva definició actual.

4.1.1 Evolució del concepte de sostenibilitat empresarial

Per facilitar la lectura, en aquest apartat s'ha inclòs una versió resumida de la cronologia. La versió completa es pot consultar en l'annex 1.

A continuació, es presenten algunes de les principals aportacions, autors i esdeveniments que han contribuït a l'evolució del concepte de sostenibilitat empresarial fins a l'actualitat.

Una de les primeres aportacions relacionades amb el desenvolupament del concepte sostenibilitat correspon a l'autor **Hans Carl Von Carlowitz** (1713). A la seva obra *Sylvicultura oeconomica*, introdueix el terme alemany *Nachhaltigkeit*, fent referència a la necessitat de gestionar els recursos forestals de manera racional per garantir-ne la disponibilitat futura (Grober, 2007). Aquesta aportació és una de les primeres aproximacions a la idea d'equilibri entre l'explotació econòmica i la preservació dels recursos naturals.

Posteriorment, **Thomas Robert Malthus** (1798), va desenvolupar una de les primeres reflexions sobre els límits de creixement en relació amb els recursos disponibles. En el seu assaig *An Essay on the Principle of Population*, defensa que la població tendeix a créixer més ràpidament que la producció d'aliments, fet que podria generar un desequilibri entre recursos i població (Waterman, 1998). Tot i que les seves prediccions no es va complir, a causa dels avenços tecnològics i dels canvis demogràfics, la seva aportació va ser rellevant per introduir la idea dels límits del creixement.

Durant el segle XX, el concepte de sostenibilitat es consolida progressivament. **El Club de Roma** (1972), una organització formada per un grup de científics, economistes i investigadors preocupats pels límits del creixement econòmic i l'impacte ambiental, van publicar l'any 1972 l'informe *The Limits to Growth*. Aquest estudi advertia de sobre les conseqüències del creixement econòmic i demogràfic il·limitat en un planeta amb recursos finits (Meadows et al., 1972). L'informe va contribuir a reforçar la preocupació internacional pels impactes ambientals derivats del desenvolupament econòmic.

Més endavant, **Brundtland** (1987) va publicar l'informe *Our Common Future*, elaborat per la Comissió Mundial sobre el Medi Ambient i el Desenvolupament de les Nacions Unides. En aquest document es defineix per primera vegada, de manera formal, el concepte desenvolupament sostenible com aquell que satisfà les necessitats del present sense comprometre la capacitat de les generacions futures per satisfer les seves pròpies necessitats (World Commission on Environment and Development, 1987). Aquesta definició es considera una de les bases del concepte actual de sostenibilitat.

La sostenibilitat es va integrar dins de l'àmbit empresarial amb aportacions com la de **John Elkington (1997)**, que va introduir el concepte de Triple Bottom Line en la seva obra *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Segons aquest model les empreses no han de considerar només els resultats econòmics, sinó que també els impactes socials i ambientals de la seva activitat.

Seguidament, **Porter & Kramer (2011)** van publicar l'article *Creating Shared Value* a la revista *Harvard Business Review*. Els autors introdueixen el concepte valor compartit (*shared value*), defensant que les empreses poden generar beneficis econòmics alhora que contribueixen positivament a la societat (Porter & Kramer, 2011). Aquesta perspectiva reforça la sostenibilitat com un element estratègic dins de l'activitat empresarial i no únicament com una responsabilitat complementària.

Finalment, **Les Nacions Unides (2015)** van aprovar *l'Agenda 2030 pel Desenvolupament Sostenible*, un pla d'acció global orientat a promoure el benestar de les persones, la protecció del planeta i el creixement sostenible, així com reforçar la pau universal i l'accés a la justícia (Nacions Unides, 2015).

Aquest pla concreta els anomenats Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS), un conjunt de 17 objectius que busquen reduir les desigualtats, protegir el medi ambient i garantir un desenvolupament més equilibrat. Aquests objectius estableixen metes

específiques consolidant la sostenibilitat com un element central dins de les polítiques públiques i empresarials a gran escala.

Actualment, la sostenibilitat empresarial s'entén com l'aplicació de pràctiques empresarials orientades a generar rendibilitat financera i també valor ambiental, social i econòmic a mitjà i llarg termini, contribuint al benestar de les comunitats i les generacions futures (Pacto Mundial ONU España, 2024).

En definitiva, el concepte de sostenibilitat empresarial ha evolucionat des d'una preocupació inicial per la gestió dels recursos naturals fins a convertir-se en un element central dins de la gestió empresarial i institucional.

Al llarg del temps, aquest concepte ha anat incorporant noves dimensions i enfocaments, passant de l'anàlisi dels límits del creixement econòmic a la seva posterior integració dins de les estratègies empresarials i en les agendes globals. Aquest recorregut històric permet entendre per què, en l'actualitat, la sostenibilitat no es considera un element complementari, sinó com un factor clau de l'estructura empresarial, en la presa de decisions i en el desenvolupament futur.

4.1.2 Tres pilars

El concepte de la sostenibilitat es basa en la integració de tres dimensions: l'econòmica, la social i l'ambiental. Aquesta idea va ser desenvolupada per John Elkington (1997) mitjançant el concepte *Triple Bottom Line*, segons el qual les empreses han de considerar no només els resultats econòmics, sinó que també el seu impacte social i ambiental (Elkington, 1997).

El pilar econòmic fa referència a la capacitat de l'empresa per generar beneficis i mantenir la seva viabilitat a llarg termini a través d'una gestió eficient i responsable dels recursos.

El pilar social se centra en l'impacte de l'empresa sobre les persones i la societat, incloent-hi aspectes com les condicions laborals, el respecte als drets humans, la igualtat d'oportunitats i la relació amb els diferents grups d'interès. En aquest sentit, les empreses han d'actuar de manera ètica i contribuir positivament a la societat més enllà de generar beneficis econòmics.

Finalment, el pilar ambiental està relacionat amb la protecció del medi ambient i la reducció dels impactes derivats de l'activitat empresarial, a través de l'adopció de pràctiques més sostenibles i un ús responsable dels recursos naturals.

Aquests tres pilars s'han d'entendre de manera conjunta, ja que la seva integració permet a les empreses adoptar una visió més global de la seva activitat, combinant el creixement econòmic amb el compromís social i la responsabilitat ambiental per afavorir un desenvolupament sostenible a llarg termini.

4.1.3 Sostenibilitat com avantatge competitiu

La sostenibilitat, a més de ser una responsabilitat social per a les empreses, s'ha consolidat progressivament com un element estratègic capaç de generar avantatge competitiu. Els autors Michael E. Porter i Mark Kramer introdueixen el concepte de valor compartit (*shared value*), defensant que les empreses poden crear valor econòmic alhora que generen beneficis socials (Porter & Kramer, 2011).

En aquesta mateixa línia, diversos estudis recents reforcen la idea que la sostenibilitat pot influir positivament en el desenvolupament empresarial. Per exemple, l'informe de *The ESG Premium: New Perspectives on Value and Performance*, assenyalava que les empreses amb una millor integració dels criteris ESG acostumen a ser també les que presenten més eficiència, una millor gestió del risc i una confiança més elevada per part dels inversors (McKinsey & Company, 2020).

A més, diferents investigacions acadèmiques relacionen la incorporació de pràctiques sostenibles amb una millor valoració empresarial i una situació financera més sòlida, fet que reforça el paper de la sostenibilitat dins de l'estratègia corporativa.

En aquest context, la sostenibilitat deixa de ser un element complementari per convertir-se en un factor rellevant dins de la generació de valor econòmic i empresarial, especialment en sectors com el cosmètic, on les pràctiques sostenibles i la transparència corporativa tenen una presència cada vegada més important.

4.2 Sostenibilitat en el sector cosmètic

La sostenibilitat s'ha convertit en un element clau dins del sector cosmètic, impulsada per les exigències dels consumidors i per la creixent pressió reguladora. En els darrers anys, les empreses del sector han hagut d'adaptar els seus models de negoci, incorporant criteris ambientals i socials en els seus processos productius (European Commission, 2019).

Aquest canvi també és conseqüència d'una transformació del mercat, en què els factors competitius tradicionals, com el preu i la qualitat, es complementen amb altres de

caràcter sostenible, com l'ús d'envasos més respectuosos amb el medi ambient o la selecció d'ingredients menys perjudicials per a la salut. D'aquesta manera, la sostenibilitat passa a formar part de l'estratègia empresarial (Mensah, 2019).

A més, el sector cosmètic presenta característiques específiques, com la dependència de recursos naturals i la generació de residus plàstics, que fan necessària la integració de les pràctiques sostenibles. Aquesta integració respon no només a una necessitat ambiental, sinó també com una adaptació estratègica davant un entorn cada vegada més exigent i regulat (UNEP, 2021).

4.2.1 Impactes ambientals del sector

El sector cosmètic genera impactes ambientals significatius al llarg de tot el cicle de vida dels productes, des de l'extracció de les matèries primeres fins al consum final.

Un dels principals impactes està relacionat amb l'ús dels envasos plàstics i la generació de residus, especialment quan aquests no es gestionen adequadament (European Commision, 2023). A més, alguns productes cosmètics contenen microplàstics, com les microperles usades en exfoliants, que poden afectar els ecosistemes marins i la biodiversitat (UNEP, 2015).

D'altra banda, els processos productius i la distribució dels productes cosmètics impliquen un elevat consum energètic i contribueixen a les emissions de gasos d'efecte hivernacle. Segons la International Energy Agency, el sector industrial és un dels principals responsables de les emissions globals (International Energy Agency, 2023).

Davant aquests impactes, moltes empreses del sector estan adoptant mesures per reduir la seva petjada ambiental, com l'ús de materials reciclables, el desenvolupament de fórmules més sostenibles o la millora de l'eficiència en els processos productius.

En aquest context, el sector cosmètic espanyol també impulsa iniciatives sostenibles com el *Sustainability Lab* o el projecte *Cosme Water Footprint* de STANPA, orientats a fomentar la col·laboració empresarial, la reducció d'emissions i una gestió més eficient dels recursos. També destaca la iniciativa *Net Zero Beauty Industry*, que busca avançar cap a la neutralitat climàtica (STANPA, s.f.).

Aquest tipus d'iniciatives reflecteixen el compromís del sector cosmètic espanyol amb pràctiques més sostenibles i amb la reducció de l'impacte ambiental derivat de la seva activitat.

4.2.2 Tendències del consumidor i sostenibilitat

El consumidor del sector cosmètic a Espanya ha incorporat progressivament criteris de sostenibilitat en les seves decisions de compra, especialment en segments vinculats a la cosmètica natural. En els darrers anys, s'ha observat un augment de l'interès per productes amb ingredients naturals, orgànics i sostenibles, especialment entre els consumidors més joves (NilsenIQ, 2025).

Aquesta evolució ha incrementat la importància de factors com la transparència, els ingredients sostenibles o els envasos respectuosos amb el medi ambient. En aquest context, moltes empreses del sector han incorporat la sostenibilitat dins de la seva estratègia empresarial, adaptant tant els seus processos productius com la seva comunicació corporativa per respondre a demandes de consum cada vegada més exigents (McKinsey & Company, 2020). Aquesta tendència és especialment visible en el sector cosmètic, on la percepció del consumidor es troba molt condicionada pels valors ètics i ambientals associats a les marques.

No obstant això, l'augment de la demanda de productes sostenibles també ha afavorit l'aparició de pràctiques de *greenwashing*, fet que reforça la necessitat de garantir una comunicació transparent, verificable i rigorosa (Delmas & Burbano, 2011).

4.3 Marc regulador

4.3.1 Normatives

La indústria cosmètica es troba fortament regulada amb l'objectiu de garantir la seguretat dels productes i protegir la salut dels consumidors. En aquest sentit, organismes com l'Agència Espanyola de Medicaments i Productes Sanitària (AEMPS) supervisen el compliment de la normativa estableix que tots els productes cosmètics han de ser segurs en condicions normals d'ús, sent responsabilitat de les empreses assegurar el compliment d'aquests requisits al llarg de tot el cicle de vida del producte (AEMPS, 2023).

A escala europea, el marc normatiu principal es el Reglament (CE) núm. 1223/2009 sobre productes cosmètics, harmonitza la legislació dins de la Unió Europea. Aquest reglament estableix requisits estrictes en relació amb la composició dels productes, la traçabilitat i l'avaluació de la seguretat, així com la prohibició i regulació de diverses substàncies i ingredients (Boletín Oficial del Estado (BOE), 2009).

A més del Reglament (CE) núm. 1223/2009, el sector cosmètic es veu afectat per altres normatives europees relacionades amb la sostenibilitat i la seguretat dels productes. Entre elles, destaca el Reglament REACH (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, sf), que regula el registre, l'avaluació i la restricció de substàncies químiques, amb l'objectiu de protegir la salut humana i el medi ambient.

Tot i tractar-se d'una normativa europea, la seva aplicació es desenvolupa en l'àmbit nacional a través d'organismes com el Ministeri per a la Transició Ecològica i el Repte Demogràfic (MITECO), que actua com a autoritat en matèria ambiental. Aquest reglament estableix que les empreses són responsables d'identificar, avaluar i gestionar els riscos associats a les substàncies químiques que fabriquen o comercialitzen. D'aquesta manera, es reforça la protecció de la salut humana i del medi ambient, alhora que s'aconsegueix incrementar la transparència i el control sobre els ingredients utilitzats.

També, existeixen altres iniciatives com el Pacte Verd Europeu (European Green Deal), és una estratègia de la Unió Europea presentada l'any 2019 amb l'objectiu de convertir a Europa l'any 2050 com el primer continent neutre. Es tracta d'una iniciativa cap a una economia més sostenible, reduir les emissions, augmentar l'eficiència en l'ús dels recursos i aconseguir la incorporació dels criteris ambientals en tots els sectors, inclòs el cosmètic (Comisión Europea, 2019).

I entre altres, l'Estratègia de Productes Químics per a la Sostenibilitat, la qual té com a objectiu garantir un ús més segur i sostenible de les substàncies químiques. La seva eina principal és la restricció de components nocius, a més d'optar per fomentar la transparència en la composició dels productes i un desenvolupament més respectuós amb el medi ambient (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, 2020).

4.3.2 Certificacions

En el sector de la cosmètica, les certificacions s'han convertit en un mecanisme fonamental per validar de manera objectiva les pràctiques ambientals, socials i ètiques de les empreses. Aquestes certificacions permeten garantir aspectes com l'origen dels ingredients, el respecte pel medi ambient, el benestar animal o la transparència dels processos productius, reforçant la confiança del consumidor i la credibilitat de les marques dins d'un mercat cada vegada més orientat a la sostenibilitat (Bozza et al., 2022; Ecocert, 2023).

Tot que no existeix un sistema de certificació cosmètica espanyol totalment estandarditzat, les empreses del sector combinen segells internacionals amb les certificacions d'àmbit nacional. Aquesta diversitat permet reforçar la credibilitat de les marques, millorar el seu posicionament competitiu i respondre a una demanda creixent de consum responsable.

A continuació, es presenten algunes de les certificacions amb més presència i reconeixement dins del sector cosmètic a Espanya, especialment en àmbits relacionats amb la cosmètica natural, el benestar animal i la sostenibilitat empresarial (Bozza et al., 2022; Ecocert, 2023).

Certificacions de cosmètica natural i ecològica

COSMOS (COSMestic Organic and Natural Standard) és un estàndard europeu que regula la cosmètica natural i ecològica mitjançant requisits relacionats amb l'origen dels ingredients, la limitació de substàncies sintètiques i les pràctiques sostenibles tant en la producció com en l'envasat (COSMOS standard AISBL, 2023).

ECOCERT és un organisme de certificació que verifica la presència d'ingredients naturals o ecològics i el compliment de criteris ambientals durant el procés productiu. És un dels segells més reconeguts dins del sector cosmètic (Ecocert, 2023).

NATRUE és una certificació internacional que estableix criteris estrictes dins de la cosmètica natural i ecològica amb l'objectiu de garantir la transparència i evitar pràctiques de *greenwashing* (NATURE, 2023).

BioVidaSana, és una certificació espanyola que avalua productes cosmètics ecològics segons criteris relacionats amb ingredients naturals, absència de substàncies nocives i el respecte pel medi ambient, especialment entre petites i mitjanes empreses (Bio VidaSana, 2023).

Certificacions de benestar animal (*cruelty free*)

Leaping Bunny certifica que ni els productes ni els ingredients han estat testats en animals en cap fase del procés productiu. És un dels segells *cruelty free* més estrictes i reconeguts internacionalment, aporta alta credibilitat de compromís ètic (Leaping Bunny, 2023).

PETA Cruelty- Free acredita que l'empresa no realitza ni finança proves en animals, reforçant així el compromís ètic de la marca (PETA, s.f.).

A la Unió Europea, el testatge en animals està prohibit segons el Reglament (CE) núm. 1223/2009 del Parlament Europeu i del Consell (Unió Europea, 2009). No obstant això, aquestes certificacions continuen sent rellevants perquè garanteixen aquest compromís també en els mercats de fora de la UE (Boletín Oficial del Estado (BOE), 2009)

Certificacions ambientals i de sostenibilitat empresarial

ISO 14001 és una norma internacional que estableix requisits per implementar sistemes de gestió ambiental orientats a reduir l'impacte ambiental i millorar l'eficiència dels recursos (AENOR, 2026).

EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) és un sistema europeu de gestió ambiental que requereix auditories externes i la publicació periòdica d'informes ambientals (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, s.f.).

BCorp certifica empreses que compleixen estàndards elevats de sostenibilitat, impacte social, transparència i responsabilitat corporativa, mitjançant una avaluació global del seu impacte socioambiental (B Lab, s.f.).

Carbon Neutral acredita que una empresa o producte ha compensat les seves emissions de carboni a través de mesures de reducció i compensació ambiental, amb l'objectiu d'assolir la neutralitat climàtica (Carbon Neutral Plus, s.f.).

En conjunt, les certificacions contribueixen la credibilitat, la transparència i el compromís sostenible de les empreses del sector cosmètic.

4.4 Rendibilitat i model de negoci

La rendibilitat empresarial és un factor clau que permet relacionar els beneficis obtinguts amb els recursos utilitzats per generar-los. Es tracta d'un indicador essencial per avaluar la viabilitat d'un model de negoci i la capacitat de l'empresa de crear valor a curt i llarg termini (Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de España, 2004).

La rendibilitat pot ser analitzada des de diferents perspectives, com la rendibilitat econòmica o la rendibilitat financera, entre d'altres. Cadascuna d'aquestes aporta informació rellevant sobre el funcionament de l'empresa, els resultats i la seva estructura en general. L'anàlisi de la rendibilitat no només es limita a l'obtenció de beneficis, sinó que també en la manera com aquests es generen.

En el context actual, existeix una relació entre el rendiment econòmic i la sostenibilitat. Diversos autors assenyalen que la integració de pràctiques sostenibles pot contribuir positivament a la rendibilitat empresarial, ja sigui mitjançant una millor eficiència dels recursos, la reducció de costos o una gestió més responsable (Orlitzky et al., 2003).

Per tal d'analitzar aquesta relació de manera objectiva, és necessari usar indicadors i ràtios financeres que permetin mesurar la rendibilitat quantitativa. Aquest enfocament es basa en dades numèriques extretes dels estats financers i permet establir comparacions entre diferents empreses i períodes temporals a partir de dades mesurables i verificables.

4.4.1 Indicadors

La rendibilitat empresarial es mesura habitualment a través d'indicadors financers que permeten interpretar les dades comptables i avaluar el rendiment econòmic de l'empresa (Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de España, 2004). A continuació, es descriuen els indicadors utilitzats en la metodologia d'aquest treball.

- **Retorn sobre actius (ROA):** mesura la capacitat de l'empresa per generar beneficis a partir del total dels seus actius. Aquest indicador reflecteix l'eficiència en l'ús dels recursos, ja que relaciona el resultat obtingut amb la inversió total realitzada. Serveix per calcular el rendiment operatiu de l'empresa (Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de España, 2004).
- **Retorn sobre recursos propis (ROE):** permet analitzar la rendibilitat obtinguda pels accionistes en relació amb el seu capital invertit. Aquest indicador mostra la capacitat de l'empresa per generar beneficis a partir dels seus recursos propis i reflecteix l'atractiu de l'empresa per als inversors (Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de España, 2004).
- **Marge net:** mesura el percentatge de benefici obtingut sobre les vendes, indicant la capacitat de l'empresa per transformar ingressos en resultats nets. Permet analitzar l'eficiència global de l'empresa, tenint en compte tant els ingressos com els costos associats a la seva activitat (ACCIÓ Agència per la Competitivitat de l'Empresa, 2008).

En conjunt, aquests indicadors permeten obtenir una visió global de la rendibilitat empresarial i constitueixen la base per l'anàlisi comparativa d'aquest treball.

4.4.2 Relació sostenibilitat – rendiment

La relació entre sostenibilitat i rendiment empresarial ha adquirit una importància creixent en els darrers anys, especialment amb la incorporació dels criteris ESG (Environmental, Social and Governance) dins de l'estratègia corporativa. En aquest context, Orlitzky, Schmidt i Rynes (2003) estableixen l'existència d'una relació positiva entre el rendiment social corporatiu i el rendiment financer de les empreses a través d'una metaanàlisi basada en diversos estudis previs.

Segons els autors, les empreses que integren pràctiques sostenibles tendeixen a obtenir beneficis relacionats amb la reputació corporativa, la confiança dels consumidors i inversors i una millora gestió dels riscos. A més, la sostenibilitat també es relaciona amb una major eficiència organitzativa i una millor capacitat d'adaptació als canvis del mercat, factors que poden contribuir positivament al rendiment econòmic a llarg termini.

En el sector cosmètic, aquesta relació és especialment rellevant a causa de l'impacte ambiental de la producció, l'origen de les matèries primeres, l'ús d'envasos sostenibles i la creixent exigència dels consumidors en termes de transparència i responsabilitat empresarial. En conseqüència, la incorporació de pràctiques sostenibles pot afavorir la diferenciació competitiva, la fidelització dels clients i el posicionament de marca, influint de forma indirecta en el rendiment empresarial (Orlitzky et al., 2003).

5. DESENVOLUPAMENT DEL TFG: METODOLOGIA

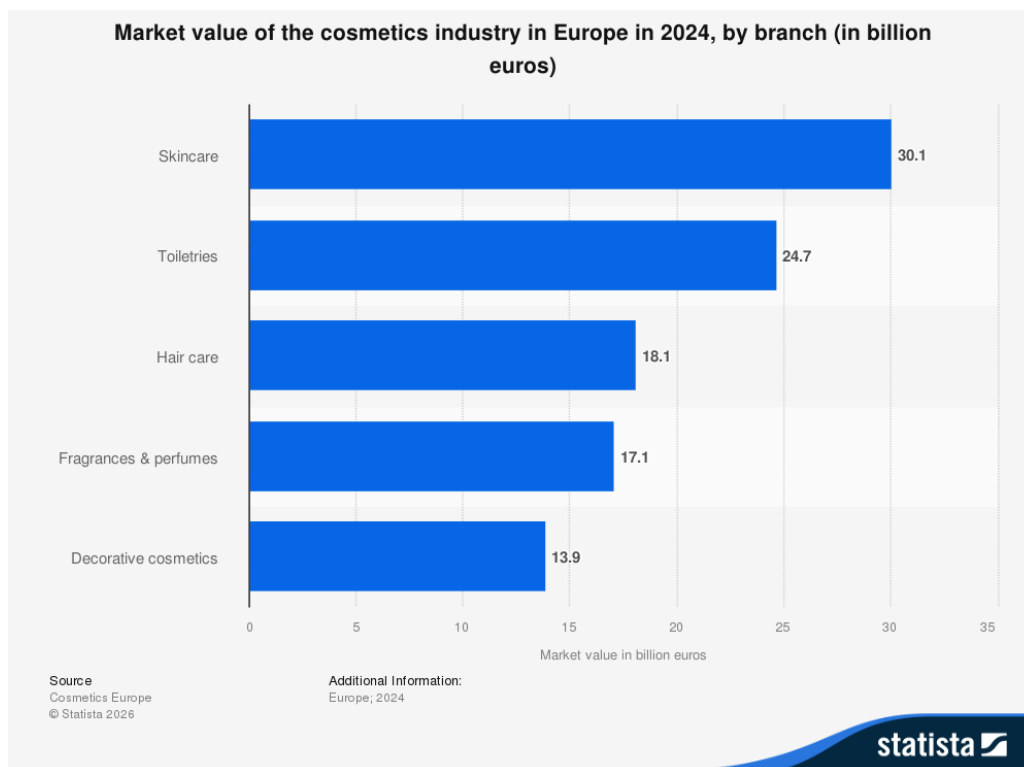
5.1 Metodologia i selecció de la mostra

Aquest treball es basa en una metodologia de tipus mixt, combinant l'anàlisi qualitativa i quantitativa amb l'objectiu d'estudiar la relació entre el grau de sostenibilitat i la rendibilitat en el sector cosmètic espanyol.

La mostra d'aquest estudi està formada per deu empreses del sector cosmètic amb presència rellevant a Espanya. La selecció s'ha dut a terme segons diversos criteris: la notorietat i trajectòria de cada marca, la seva mida i pes dins del mercat, la disponibilitat d'informació financera i corporativa a la base de dades SABI, i la diversitat entre els seus models de negoci.

El sector es caracteritza per tenir una estructura altament fragmentada, amb la coexistència de diferents segments on conviuen gran nombre d'empreses de diferents mides (Cosmetics Europe, 2024). Per aquest motiu, s'han seleccionat empreses

representatives de cadascun d'aquests àmbits, amb l'objectiu de reflectir la diversitat real del mercat.



Gràfic 1. Distribució del mercat cosmètic europeu per segments (2024). Font: (Statista, 2024), *Market value of the cosmetics industry in Europe by branch*.

Per tal de garantir la representativitat de la mostra, s'han escollit empreses vinculades als principals segments del sector cosmètic. D'acord amb la distribució del gràfic 1, la mostra incorpora empreses del segment de la cura de la pell (30,1%), així com d'altres categories rellevants com la higiene personal (24,7%), els cabells (18,1%), les fragàncies (17,1%) i el maquillatge (13,9%).

Cal destacar que conceptes com la dermocosmètica o la cosmètica natural i sostenible no constitueixen segments diferenciats dins del mercat, sinó posicionaments o models de negoci que es desenvolupen principalment dins del segment del *skincare*. Per aquest motiu, la mostra no respon a una distribució proporcional per segments, sinó que s'han inclòs empreses amb diferents enfocaments estratègics que formen part del mateix segment, amb l'objectiu de captar millor la diversitat del sector, la complexitat del mercat i permetre una anàlisi comparativa completa.

Tot i que el gràfic és una representació a escala europea, es pot utilitzar com una aproximació al mercat espanyol, ja que Espanya forma part del mercat cosmètic

europeu, el qual es caracteritza per un marc regulador comú i una estructura sectorial compartida entre els països membres (Cosmetics Europe, 2024).

Finalment, també s'ha tingut en compte la disponibilitat de les dades completes i comprables per al període 2021-2024, amb l'objectiu de garantir la coherència i fiabilitat de l'anàlisi.

5.2 Criteris de selecció i la mostra

La selecció d'empreses s'ha realitzat seguint criteris clars amb l'objectiu de garantir una mostra representativa i adequada per a l'anàlisi.

En primer lloc, s'han inclòs únicament empreses amb disponibilitat d'informació financera a la base de dades SABI per al període 2021-2024. En concret, s'han utilitzat comptes no consolidats (balanç, compte de pèrdues i guanys i ràtios financeres amb la finalitat d'assegurar la comparabilitat entre empreses i evitar distorsions.

En segon lloc, s'han seleccionat empreses amb presència en el mercat espanyol, de manera que els casos analitzats responguin a situacions reals del sector i permetin extreure conclusions aplicables.

En tercer lloc, s'han incorporat empreses amb posicionaments i models de negoci diferenciats, com el mercat de gran consum, el segment del luxe, la dermocosmètica o el canal professional, amb l'objectiu de facilitar l'anàlisi comparativa entre les diferents realitats empresarials.

Així, la mostra s'ha definit amb l'objectiu de garantir la comparabilitat entre empreses i, alhora, reflectir la diversitat del sector cosmètic. D'aquesta manera, es poden analitzar diferents realitats del sector de forma rigorosa i alineada amb els objectius de la investigació. En aquest sentit, la selecció no pretén identificar les úniques empreses possibles, sinó configurar una mostra que compleixi els criteris definits, per tal d'analitzar de manera adequada la realitat del sector.

Seguidament, es descriuen les empreses incloses en la mostra objecte d'estudi, la informació s'ha obtingut a partir de font corporatives i pàgines web oficials.

EMPRESA	FRESHLY COSMETICS, S.L.
DESCRIPCIÓ	Empresa espanyola fundada a Reus l'any 2016, especialitzada en cosmètica natural i vegana amb un fort enfocament digital.
SEGMENT	Skincare (cosmètica natural).
MODEL DE NEGOCI	Venda directa digital al consumidor (D2C), sense intermediaris.
CONSUMIDOR	Públic jove i digital, interessat en cosmètica saludable i sostenible.
POSICIONAMENT	Marca de cosmètica natural innovadora, propera i orientada a la transparència.
TIPUS D'EMPRESA	Empresa emergent (startup).
CARACTERÍSTIQUES CLAU	Formulacions naturals, packaging sostenible, estratègia digital i comunitat fidel.
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	3.699.861€ (2024)
Nº TREBALLADORS	278 (2024).
CERTIFICACIONS	No consten certificacions oficials verificables.

Taula 1. Freshly Cosmetics SL. Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa i de la base de dades SABI (2021-2024).*

EMPRESA	COCUNAT, S.L.
DESCRIPCIÓ	Empresa espanyola especialitzada en cosmètica natural i lliure de tòxics, amb fort enfocament digital.
SEGMENT	Skincare (cosmètica natural i toxic free).
MODEL DE NEGOCI	Venda directa digital al consumidor amb una estratègia centrada en la comunicació online.
CONSUMIDOR	Consumidors joves i conscients, interessats en productes naturals i sostenibles.
POSICIONAMENT	Marca orientada a la cosmètica "toxic free", basada en la transparència i els ingredients naturals.
TIPUS D'EMPRESA	Empresa emergent (startup).
CARACTERÍSTIQUES CLAU	Formulacions naturals, eliminació d'ingredients controvertits i comunicació transparent.
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ (2024)	-321.113,06 €
Nº TREBALLADORS (2024)	90 empleats.
CERTIFICACIONS	No consten certificacions oficials verificables.

Taula 2. Cocunat SL. Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa i de la base de dades SABI (2021-2024).*

EMPRESA	ISDIN, S.A.
DESCRIPCIÓ	Empresa espanyola especialitzada en dermocosmètica, centrada en la cura de la pell amb base científica.
SEGMENT	Skincare (dermocosmètica).
MODEL DE NEGOCI	Comercialització de productes principalment a través del canal farmacèutic.
CONSUMIDOR	Consumidors que busquen productes eficaços i segurs per a la pell, sovint recomanats per professionals sanitaris.
POSICIONAMENT	Marca amb enfocament científic, associada a la qualitat, la confiança i la recomanació professional.
TIPUS D'EMPRESA	Empresa consolidada.
CARACTERÍSTIQUES CLAU	Base dermatològica, presència en farmàcies i col·laboració amb professionals de la salut.
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ (2024)	73.158.309,00 €
Nº TREBALLADORS (2024)	903 empleats.
CERTIFICACIONS	B Corp.

Taula 3. ISDIN, SA. Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa i de la base de dades SABI (2021-2024).*

EMPRESA	NATURA BISSE INTERNATIONAL, S.A.
DESCRIPCIÓ	Empresa espanyola especialitzada en cosmètica premium, enfocada en productes d'alta gamma per a la cura de la pell.
SEGMENT	Skincare (cosmètica premium/luxe).
MODEL DE NEGOCI	Distribució selectiva a través de centres d'estètica, hotels i establiments especialitzats.
CONSUMIDOR	Públic amb poder adquisitiu mig-alt o alt, interessat en productes exclusius i d'alta qualitat.
POSICIONAMENT	Marca vinculada al prestigi, la qualitat i l'exclusivitat.
TIPUS D'EMPRESA	Empresa consolidada.
CARACTERÍSTIQUES CLAU	Distribució selectiva, orientació professional i enfocament en l'experiència del consumidor.
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ (2024)	3.538.523,78 €
Nº TREBALLADORS (2024)	211 empleats.
CERTIFICACIONS	Good Manufacturing Practices (GMP).

Taula 4. Natura Bissé International SA. Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa i de la base de dades SABI (2021-2024).*

EMPRESA	LABORATORIOS BABÉ, S.L.
DESCRIPCIÓ	Empresa espanyola especialitzada en dermocosmètica, enfocada en productes per a la higiene i la cura de la pell
SEGMENT	Skincare (dermocosmètica).
MODEL DE NEGOCI	Distribució principalment a través del canal farmacèutic.
CONSUMIDOR	Consumidors que busquen productes segurs i respectuosos amb la pell, especialment en casos dermatològics.
POSICIONAMENT	Marca associada a la dermocosmètica accessible, amb enfocament en la funcionalitat i la confiança.
TIPUS D'EMPRESA	Empresa consolidada.
CARACTERÍSTIQUES CLAU	Formulacions respectuoses amb la pell, presència en farmàcies i orientació a pells sensibles.
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ (2024)	1.902.562,00 €
Nº TREBALLADORS (2024)	52 empleats.
CERTIFICACIONS	ISO 9001.

Taula 5. Laboratorios Babé SL. Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa i de la base de dades SABI (2021-2024).*

EMPRESA	INSTITUTO ESPAÑOL, S.A.
DESCRIPCIÓ	Empresa espanyola especialitzada en productes d'higiene i cura personal, amb una llarga trajectòria dins del mercat de gran consum.
SEGMENT	Higiene personal i cura corporal.
MODEL DE NEGOCI	Distribució massiva a través de supermercats, perfumeries i grans superfícies comercials.
CONSUMIDOR	Consumidors generalistes que busquen productes accessibles i d'ús quotidià.
POSICIONAMENT	Marca tradicional associada a la proximitat, l'accessibilitat i el consum familiar.
TIPUS D'EMPRESA	Empresa consolidada.
CARACTERÍSTIQUES CLAU	Àmplia gamma de productes d'higiene personal, distribució massiva i orientació al mercat familiar.
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ (2024)	7.520.671,53 €
Nº TREBALLADORS (2024)	21 empleats.
CERTIFICACIONS	Ecocert.

Taula 6. Instituto Español, SA. Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa i de la base de dades SABI (2021-2024).*

EMPRESA	3INA COSMETICS, S.L.
DESCRIPCIÓ	Marca espanyola de maquillatge orientada al públic jove, amb una proposta basada en productes accessibles i una imatge moderna.
SEGMENT	Maquillatge.
MODEL DE NEGOCI	Venda a través de botigues pròpies i canals digitals, amb presència internacional.
CONSUMIDOR	Consumidors joves interessats en el maquillatge i en marques accessibles amb identitat pròpia.
POSICIONAMENT	Marca de maquillatge accessible, amb una imatge actual i orientada a la diversitat i l'expressió personal.
TIPUS D'EMPRESA	Empresa emergent.
CARACTERÍSTIQUES CLAU	Gamma variada de maquillatge, enfocament en tendències i imatge de marca jove i dinàmica.
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ (2024)	-2.333.359,00 €
Nº TREBALLADORS (2024)	193 empleats.
CERTIFICACIONS	PETA Cruelty-Free.

Taula 7. 3INA Cosmetics SL. Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa i de la base de dades SABI (2021-2024).*

EMPRESA	GERMAINE DE CAPUCCINI, S.A.
DESCRIPCIÓ	Empresa espanyola especialitzada en cosmètica professional orientada a tractaments facials i corporals.
SEGMENT	Skincare (cosmètica professional).
MODEL DE NEGOCI	Distribució a través de centres d'estètica i professionals del sector.
CONSUMIDOR	Consumidors que accedeixen als productes a través de professionals, especialment en centres d'estètica.
POSICIONAMENT	Marca vinculada a la cosmètica professional i als tractaments especialitzats.
TIPUS D'EMPRESA	Empresa consolidada.
CARACTERÍSTIQUES CLAU	Presència en centres d'estètica, enfocament professional i orientació a la cura avançada de la pell.
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ (2024)	5.185.796,18 €
Nº TREBALLADORS (2024)	184 empleats.
CERTIFICACIONS	ISO 9001, ISO 14001 i CO2 Zero Certification.

Taula 8. Germaine de Capuccini SA. Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa i de la base de dades SABI (2021-2024).*

EMPRESA	COSMÉTICA COSBAR, S.L.
DESCRIPCIÓ	Empresa espanyola especialitzada en cosmètica natural i ecològica, orientada a productes respectuosos amb la pell i el medi ambient.
SEGMENT	Skincare (cosmètica natural i ecològica).
MODEL DE NEGOCI	Comercialització de productes a través de canals digitals i punts de venda especialitzats.
CONSUMIDOR	Consumidors interessats en cosmètica natural, sostenible i amb ingredients d'origen ecològic.
POSICIONAMENT	Marca vinculada a la cosmètica ecològica i al consum responsable.
TIPUS D'EMPRESA	Empresa emergent.
CARACTERÍSTIQUES CLAU	Ingredients naturals, enfocament ecològic i orientació a la sostenibilitat.
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ (2024)	3.757.007,89 €
Nº TREBALLADORS (2024)	269 empleats.
CERTIFICACIONS	No consten certificacions oficials verificables.

Taula 9. Cosmética Cosbar SA. Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa i de la base de dades SABI (2021-2024).*

EMPRESA	PERFUMES Y DISEÑO COMERCIAL, S.L.
DESCRIPCIÓ	Empresa espanyola especialitzada en la fabricació i distribució de productes de perfumeria i cosmètica.
SEGMENT	Perfumeria i cosmètica.
MODEL DE NEGOCI	Distribució de productes cosmètics i de perfumeria a través de diferents canals comercials.
CONSUMIDOR	Consumidors generalistes interessats en productes de perfumeria i cura personal.
POSICIONAMENT	Marca orientada al mercat de gran consum dins del sector cosmètic i de perfumeria.
TIPUS D'EMPRESA	Empresa consolidada.
CARACTERÍSTIQUES CLAU	Activitat vinculada a la distribució de productes cosmètics i presència en diferents canals comercials.
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ (2024)	7.522.715,26 €
Nº TREBALLADORS (2024)	194 empleats.
CERTIFICACIONS	No consten certificacions oficials verificables.

Taula 10. Perfumes y Diseño Comercial SA. Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa i de la base de dades SABI (2021-2024).*

5.3 Fonts d'informació

Per l'elaboració d'aquest treball s'han utilitzat diverses fonts d'informació amb l'objectiu de garantir la fiabilitat, la coherència i la comparabilitat de les dades analitzades.

En primer lloc, s'ha usat la base de dades SABI (Sistema d'Anàlisi de Balanços Ibèrics), per accedir als estats financers de les empreses seleccionades. Aquesta font ha permès obtenir informació econòmica i financera homogènia, així com les dades relacionades amb la rendibilitat empresarial, com el ROA, el ROE i el marge net.

En segon lloc, s'han consultat fonts corporatives oficials de les empreses analitzades, principalment informes de sostenibilitat, memòries anuals i informació publicada a les seves pàgines web corporatives. La informació recopilada ha permès analitzar les pràctiques ambientals, socials i de governança (ESG), així com identificar les certificacions, polítiques de sostenibilitat, compromisos públics i altres iniciatives vinculades a la responsabilitat corporativa.

També s'han consultat fonts institucionals i sectorials per tal de contextualitzar el sector cosmètic i el marc regulador vigent, procedent d'organismes com STANPA, la Comissió Europea i les Nacions Unides.

D'aquesta manera, la metodologia combina informació financera quantitativa amb informació qualitativa sobre sostenibilitat, i això permet realitzar una anàlisi comparativa més completa i coherent de la mostra analitzada.

5.4 Criteris d'avaluació de sostenibilitat

Aquest treball avalua el nivell de transparència, evidència i compromís verificable de la informació sobre sostenibilitat publicada per les empreses analitzades.

Per estudiar el grau de sostenibilitat de la mostra seleccionada, s'ha elaborat una fitxa d'avaluació pròpia basada en el model de divulgació de Clarkson. Aquest model analitza la qualitat de la informació sostenible segons el grau de verificabilitat i concreció de la informació publicada (Al-Tuwaijri et al., 2004).

Segons aquest autor es diferencien dos tipus principals de divulgació: *hard disclosure* i *soft disclosure*. El primer inclou informació objectiva, específica i verificable, com certificacions oficials, objectius mesurables o dades comparables. En canvi, el *soft disclosure*, fa referència a compromisos narratius o generals sobre sostenibilitat, amb un menor nivell de verificació externa.

A partir d'aquest model, s'ha dissenyat una fitxa adaptada al sector cosmètic espanyol, amb l'objectiu d'avaluar fins a quin punt les empreses comuniquen informació sostenible de manera transparent, específica i verificable.

Per tal de facilitar la comparació entre empreses, s'ha establert un sistema de puntuació aplicat durant el període 2021- 2024. Aquest sistema permet valorar el nivell de divulgació sostenible de cada empresa i elaborar una classificació comparativa segons el grau de credibilitat i verificabilitat de la informació publicada.

El model de Clarkson, s'utilitza com a base per avaluar el nivell de divulgació de cada criteri inclòs dins dels blocs Hard Disclosure i Soft Disclosure. Cada element es puntuava segons quatre nivells de divulgació:

1. **Informació inexistent.**
2. **Informació narrativa o declarativa.**
3. **Informació específica.**
4. **Informació verificable.**

Prenent aquest model com a referència, s'ha desenvolupat una fitxa d'avaluació pròpia adaptada a les característiques del sector cosmètic i als objectius específics del treball.

El sistema de puntuació aplicat en cada criteri és el següent:

- **0 = absència d'informació pública verificable.**
- **1 = mencions genèriques.**
- **2 = indica informació clara i específica.**
- **3 = evidència verificable.**

FITXA D'AVALUACIÓ DE LA SOSTENIBILITAT

Basada en el model de Clarkson

Empresa:

Període: 2021/ 2021/ 2022/ 2024

Sector: Cosmètica

Àmbit geogràfic: Espanya

Font d'informació: pàgines web corporatives, informes públics, certificacions i base de dades SABI.

BLOC 1 – HARD DISCLOSURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
H1	Certificacions ambientals verificables		
H2	Certificacions socials o ètiques verificables		
H3	Certificacions <i>cruelty free</i> / vegà verificable		
H4	Objectius i compromisos mesurables		
H5	Informació comparable per anys		
H6	Informació verificable sobre <i>packaging</i> sostenible		

		TOTAL A =	
--	--	------------------	--

BLOC 2 – SOFT DISCLOSURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
S1	Referències al compliment normatiu cosmètic		
S2	Transparència en claims ¹ sostenibles		
S3	Política d'ingredients		
S4	Informació de la cadena de subministrament		
S5	Declaracions generals sobre sostenibilitat		
		TOTAL B=	

TOTAL SOSTENIBILITAT = A + B

Finalment, el nivell de sostenibilitat de cada empresa s'ha classificat en cinc categories segons la puntuació màxima obtinguda (33 punts), utilitzant una escala proporcional que permet la comparació homogènia entre empreses.

- **0 a 7 punts: nivell baix.**
- **8 a 13 punts: nivell mitjà baix.**
- **14 a 20 punts: nivell mitjà.**
- **21 a 26 punts: nivell mitjà alt.**
- **27 a 33 punts: nivell alt.**

5.5 Criteris d'avaluació del rendiment financer

L'estudi *Corporate Social and Financial Performance: A Meta-Analysis* elaborat pels autors Orlitzky, Schmidt i Rynes l'any 2003, analitza la relació entre el nivell de sostenibilitat de les empreses i els seus resultats econòmics, amb l'objectiu de determinar si les pràctiques sostenibles tenen un impacte en el rendiment empresarial.

En aquesta obra, el concepte de *Corporate Social Performance* (CSP) fa referència al grau en el què les empreses integren practiques socials i ambientals dins de la seva activitat, així com resultats reals derivats d'aquestes accions (Wood, 1991). Per l'altra banda, el *Corporate Financial Performance* (CFP) s'associa amb el rendiment financer associat a la capacitat de l'empresa per generar beneficis (Orlitzky et al., 2003).

La investigació d'aquests autors evidencia que les empreses amb millors pràctiques ambientals i socials tendeixen a obtenir millors resultats, tant econòmics com de valor de mercat. La relació positiva d'aquestes variables es veu representada amb factors com una millor reputació corporativa, més eficiència operativa, una millor gestió dels riscos i una confiança més gran per part dels inversors.

Per aquest motiu, s'ha escollit aquest estudi com a base per elaborar la fitxa d'anàlisi del rendiment financer. L'objectiu es comprovar si les empreses que tenen major grau de sostenibilitat, segons la fitxa d'anàlisi anterior, també són aquelles que obtenen millors resultats econòmics. D'aquesta manera, es pretén analitzar si la sostenibilitat pot actuar com un avantatge competitiu i en la creació de valor empresarial.

FITXA D'ANÀLISI DEL RENDIMENT FINANCER

Empresa:

Sector: Cosmètic.

Fonts d'informació: informes anuals i base de dades SABI.

INDICADORS/ ANY	2021	2022	2023	2024
FACTURACIÓ ANUAL				
BENEFICI NET				
ROA				
ROE				
CREIXEMENT VENDES				
RENDIMENT				

Per fer l'anàlisi del rendiment financer de la mostra d'empreses del sector cosmètic espanyol, s'han utilitzat diversos indicadors extrets d'informes anuals i de la base de dades SABI. Aquests permeten avaluar la capacitat de cada una per generar ingressos, obtenir beneficis i gestionar eficientment els recursos.

La facturació anual representa el volum total d'ingressos generats per l'empresa durant un exercici econòmic, mentre que el benefici net correspon al resultat final després de deduir despeses, interessos i impostos.

El ROA (*Return on Assets*) mesura la rendibilitat dels actius totals de l'empresa i reflecteix l'eficiència en la gestió dels recursos. Per altra banda, el ROE (*Return on Equity*) analitza la rendibilitat del patrimoni net i el retorn obtingut pels accionistes sobre el capital invertit.

Finalment, el creixement de vendes mesura la variació percentual de la facturació entre períodes i permet identificar l'evolució comercial de l'empresa.

És important analitzar aquests indicadors de manera conjunta i no de forma individual, ja que només així es pot obtenir una visió global de la situació financera de l'empresa i de la seva relació amb la sostenibilitat.

És a dir, un augment de la facturació no implica necessàriament una millora de la rendibilitat, perquè pot anar acompanyat d'un increment dels costos. Per aquest motiu, és necessari complementar aquest indicador amb altres mesures de rendibilitat.

En el cas del ROA i el ROE, quan el ROA és superior al ROE pot indicar que l'endeutament està perjudicant la rendibilitat de l'empresa. En canvi, si el ROE és superior al ROA, l'endeutament pot estar generant un efecte positiu sobre la rendibilitat dels recursos propis.

Per tal de facilitar la comparació entre empreses, el rendiment financer s'interpreta de manera global a partir del conjunt d'indicadors analitzats. La classificació en nivells baix, mitjà o alt no respon a una puntuació numèrica fixa, sinó a una interpretació comparativa entre les empreses de la mostra i a l'evolució dels resultats durant el període 2021-2024.

6. ANÀLISI I RESULTATS

En aquest apartat es presenten els resultats obtinguts a partir de les fitxes d'anàlisi elaborades per a cada empresa de la mostra. En primer lloc, s'analitza individualment el nivell de sostenibilitat de les empreses segons els criteris establerts en la metodologia, seguida d'una comparació global dels resultats obtinguts.

Posteriorment, s'analitza el rendiment financer de les empreses a través dels indicadors seleccionats, duent a terme igualment una anàlisi individual i una comparació entre les empreses de la mostra.

Finalment, es desenvolupa una anàlisi conjunta entre sostenibilitat i rendiment financer amb l'objectiu de determinar si les empreses amb un nivell més de sostenibilitat també presenten els millors resultats econòmics, donant resposta a la hipòtesi planteja en el treball.

6.1 Anàlisis del nivell de sostenibilitat

6.1.1 Anàlisi i avaluació individual del grau de sostenibilitat

FITXA AVALUACIÓ SOSTENIBILITAT	
Empresa:	FRESHLY COSMETICS SL
Període:	2021/ 2022/ 2023/ 2024
Sector:	Cosmètic
Font d'informació:	Pàgina web oficial

BLOC 1- HARD DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
H1	Certificacions ambientals verificables	0	0
H2	Certificacions socials o ètiques verificables	0	0
H3	Certificacions <i>cruelty free</i> / vegà verificable	2	2
H4	Objectius i compromisos mesurables	1	1
H5	Informació comparable per anys	0	0
H6	Informació verificable sobre <i>packaging</i> sostenible	3	3
		TOTAL A =	6

BLOC 2- SOFT DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
S1	Referències al compliment normatiu cosmètic	1	1
S2	Transparència en claims sostenibles	2	2
S3	Política d'ingredients	2	2
S4	Informació de la cadena de subministrament	0	0
S5	Declaracions generals sobre sostenibilitat	2	2
		TOTAL B =	7

TOTAL =	13
Mitjà-baix	

Taula 11. Avaluació del grau de sostenibilitat de Freshly Cosmetics SL. Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa (2021-2024).*

Freshly Cosmetics se situa en un nivell de sostenibilitat mitjà, principalment per la importància que la sostenibilitat té dins de la seva imatge de marca i en la comunicació corporativa. L'empresa posa èmfasi en l'ús d'ingredients naturals i d'origen vegetal, així com iniciatives relacionades amb l'embalatge reciclable i reutilitzable.

A través d'eines com "Planet First", la marca transmet una orientació clara cap al consum responsable i la reducció de l'impacte ambiental, integrant aquests valors dins del seu posicionament comercial i de la presentació dels productes.

Tot i això, gran part de la informació disponible prové de declaracions de la mateixa empresa, sense certificacions externes, objectius quantitatiu o mecanismes de seguiment que permetin verificar l'impacte real de les seves accions. En línies generals, Freshly Cosmetics aposta visiblement per la sostenibilitat a escala de comunicació i filosofia de marca, encara que està limitada en termes de verificació.

FITXA AVALUACIÓ SOSTENIBILITAT	
Empresa:	COCUNAT, SL
Període:	2021/ 2022/ 2023/ 2024
Sector:	Cosmètic
Font d'informació:	Pàgina web oficial

BLOC 1- HARD DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
H1	Certificacions ambientals verificables	0	0
H2	Certificacions socials o ètiques verificables	0	0
H3	Certificacions <i>cruelty free</i> / vegà verificable	2	2
H4	Objectius i compromisos mesurables	0	0
H5	Informació comparable per anys	0	0
H6	Informació verificable sobre <i>packaging</i> sostenible	1	1
TOTAL A =			3

BLOC 2- SOFT DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
S1	Referències al compliment normatiu cosmètic	1	1
S2	Transparència en claims sostenibles	2	2
S3	Política d'ingredients	2	2
S4	Informació de la cadena de subministrament	0	0
S5	Declaracions generals sobre sostenibilitat	2	2
TOTAL B =			7

TOTAL =	10
Mitjà-baix	

Taula 12. Avaluació del grau de sostenibilitat de Cocunat SL. Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa (2021-2024).*

Pel que fa a **Cocunat**, l'empresa mostra un nivell mitjà en sostenibilitat, basa gran part de la seva identitat en la sostenibilitat i en una manera de consumir més responsable. La marca es presenta com a vegan, *cruelty free* i *tòxic free*, destacant en l'ús d'ingredients d'origen natural i una visió més respectuosa amb el medi ambient i el benestar animal.

Aquest compromís també es veu reflectit en la seva comunicació i en la forma de presentar els productes, on la sostenibilitat té un paper important dins de la imatge de marca. Això permet mantenir una coherència entre els valors que transmet i la seva activitat comercial.

Tot i això, la informació disponible no inclou objectius concrets, ni dades de seguiment ni certificacions externes que ajudin a valorar amb més precisió l'impacte de les seves accions. En conjunt, Cocunat mostra una orientació clara cap a la sostenibilitat, especialment en comunicació i filosofia de marca, encara que amb menys desenvolupament tècnic i estructurat.

FITXA AVALUACIÓ SOSTENIBILITAT	
Empresa:	ISDIN SA
Període:	2021/ 2022/ 2023/ 2024
Sector:	Cosmètic
Font d'informació:	Pàgina web oficial

BLOC 1- HARD DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
H1	Certificacions ambientals verificables	3	3
H2	Certificacions socials o ètiques verificables	3	3
H3	Certificacions <i>cruelty free</i> / vegà verificable	0	0
H4	Objectius i compromisos mesurables	3	3
H5	Informació comparable per anys	3	3
H6	Informació verificable sobre <i>packaging</i> sostenible	3	3
TOTAL A =			15

BLOC 2- SOFT DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
S1	Referències al compliment normatiu cosmètic	3	3
S2	Transparència en claims sostenibles	3	3
S3	Política d'ingredients	2	2
S4	Informació de la cadena de subministrament	2	2
S5	Declaracions generals sobre sostenibilitat	3	3
TOTAL B =			13

TOTAL =	28
Alt	

Taula 13. Avaluació del grau de sostenibilitat de ISDIN SA. Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa (2021-2024).*

En el cas d'**ISDIN**, l'empresa reflecteix un nivell de sostenibilitat alt, amb una estratègia ESG molt desenvolupada i amb el suport de mecanismes de validació externa. La certificació B Corp, juntament amb el reconeixement CDP Climate A, evidència la integració de criteris ambientals, socials i de governança dins de la seva activitat.

La companyia també destaca per la definició d'objectiu específics vinculats amb l'Agenda ISDIN 2030, centrats en aspectes com la reducció d'emissions i l'ecodisseny d'envasos. A això s'hi afegeix la publicació periòdica d'informes EINF i plans de transició climàtica, reforçant la transparència i el seguiment de les seves iniciatives.

Paral·lelament, ISDIN incorpora polítiques internes relacionades amb l'ètica empresarial, la qualitat i la responsabilitat en la cadena de subministrament, així com les iniciatives de sensibilització ambiental a través de Bluewave Alliance. En termes globals, ISDIN mostra un model de sostenibilitat consolidat amb un grau elevat d'estructuració, situant-se entre les organitzacions amb un millor desenvolupament ESG de la mostra analitzada.

FITXA AVALUACIÓ SOSTENIBILITAT	
Empresa:	NATURA BISSE INTERNATIONAL SA
Període:	2021/ 2022/ 2023/ 2024
Sector:	Cosmètic
Font d'informació:	Pàgina web oficial

BLOC 1- HARD DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
H1	Certificacions ambientals verificables	1	1
H2	Certificacions socials o ètiques verificables	1	1
H3	Certificacions <i>cruelty free</i> / vegà verificable	0	0
H4	Objectius i compromisos mesurables	2	2
H5	Informació comparable per anys	0	0
H6	Informació verificable sobre <i>packaging</i> sostenible	3	3
TOTAL A =			7

BLOC 2- SOFT DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
S1	Referències al compliment normatiu cosmètic	2	2
S2	Transparència en claims sostenibles	2	2
S3	Política d'ingredients	1	1
S4	Informació de la cadena de subministrament	1	1
S5	Declaracions generals sobre sostenibilitat	2	2
TOTAL B =			8

TOTAL =	15
Mitjà	

Taula 14. Avaluació del grau de sostenibilitat de Natura Bissé SA. Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa (2021-2024).*

L'anàlisi de **Natura Bissé** situa a l'empresa en un nivell de sostenibilitat mitjà, amb una integració notable de criteris ambientals i de responsabilitat corporativa dins de la seva activitat. Entre les iniciatives més destacades es troben l'aposta per materials reciclables, la reducció d'elements de embalatges innecessaris i el desenvolupament d'envasos més sostenibles, aspectes que reflecteixen una orientació clara cap a la reducció de l'impacte ambiental.

D'altra banda, l'empresa disposa d'un codi ètic i d'una filosofia corporativa basada en valors de qualitat, innovació i responsabilitat. D'igual forma que la imatge corporativa mostra una voluntat d'integrar la sostenibilitat de manera transversal dins del seu model de negoci.

Tanmateix, la informació disponible no permet identificar un sistema de seguiment temporal ni la presència de certificacions externes reconegudes que facilitin la verificació del seu rendiment sostenible. Natura Bissé, mostra una estratègia sostenible progressivament consolidada, sobretot en l'àmbit ambiental i amb potencial per reforçar la mesurabilitat de les seves iniciatives.

FITXA AVALUACIÓ SOSTENIBILITAT	
Empresa:	LABORATORIOS BABE SL
Període:	2021/ 2022/ 2023/ 2024
Sector:	Cosmètic
Font d'informació:	Pàgina web oficial

BLOC 1- HARD DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
H1	Certificacions ambientals verificables	0	0
H2	Certificacions socials o ètiques verificables	0	0
H3	Certificacions <i>cruelty free</i> / vegà verificable	0	0
H4	Objectius i compromisos mesurables	0	0
H5	Informació comparable per anys	0	0
H6	Informació verificable sobre <i>packaging</i> sostenible	0	0
TOTAL A =			0

BLOC 2- SOFT DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
S1	Referències al compliment normatiu cosmètic	2	2
S2	Transparència en claims sostenibles	1	1
S3	Política d'ingredients	1	1
S4	Informació de la cadena de subministrament	1	1
S5	Declaracions generals sobre sostenibilitat	2	2
TOTAL B =			7

TOTAL =	7
Baix	

Taula 15. Avaluació del grau de sostenibilitat de Laboratorios Babé SL. Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa (2021-2024).*

La fitxa d'anàlisi de **Laboratorios Babé** situa a l'empresa en un nivell de sostenibilitat baix, caracteritzat per una orientació principal cap a la qualitat del producte i el compliment normatiu. L'empresa disposa d'eines com el codi ètic i la política de qualitat, que estableixen els principis de conducta basats en la integritat, la transparència i la responsabilitat empresarial.

En aquest sentit, es reflecteix un compromís amb la dimensió social a través de la cura de la pell i l'enfocament farmacèutic dels seus productes, així com la consideració de criteris ètics en la relació amb els proveïdors.

Tanmateix, no s'identifiquen accions ambientals concretes ni eines de seguiment que permetin avaluar el seu rendiment en sostenibilitat. L'empresa manté un enfocament centrat en la qualitat i el compliment normatiu, amb marge per integrar una estratègia sostenible més definida.

FITXA AVALUACIÓ SOSTENIBILITAT	
Empresa:	INSTITUTO ESPAÑOL, SA
Període:	2021/ 2022/ 2023/ 2024
Sector:	Cosmètic
Font d'informació:	Pàgina web oficial

BLOC 1- HARD DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
H1	Certificacions ambientals verificables	0	0
H2	Certificacions socials o ètiques verificables	0	0
H3	Certificacions <i>cruelty free</i> / vegà verificable	2	2
H4	Objectius i compromisos mesurables	2	2
H5	Informació comparable per anys	0	0
H6	Informació verificable sobre <i>packaging</i> sostenible	2	2
TOTAL A =			6

BLOC 2- SOFT DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
S1	Referències al compliment normatiu cosmètic	2	2
S2	Transparència en claims sostenibles	2	2
S3	Política d'ingredients	1	1
S4	Informació de la cadena de subministrament	1	1
S5	Declaracions generals sobre sostenibilitat	2	2
TOTAL B =			8

TOTAL =	14
Mitjà	

Taula 16. Avaluació del grau de sostenibilitat d'Instituto Español SA. Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa (2021-2024).*

L'anàlisi d'**Instituto Español** permet situar a l'empresa en un nivell de sostenibilitat mitjà, amb una incorporació progressiva de criteris ambientals dins de la seva activitat. Entre les accions més destacades es troben l'ús d'energia renovable en un part rellevant del consum, els envasos reciclables i els materials reciclats, aspectes que reflecteixen una orientació cap a minimitzar l'impacte ambiental.

D'altra banda, també incorporen mesures vinculades a la dimensió social, com la política de no test en animals i apostar per la contractació de proximitat, reforçant així el seu enfocament responsable. Així mateix, la seva comunicació corporativa mostra una integració general de la sostenibilitat en la seva activitat.

La informació disponible no permet identificar la presència de certificacions i validacions externes ni un sistema que faciliti l'avaluació de l'evolució del seu rendiment. En conjunt, l'empresa mostra un enfocament pràctic en sostenibilitat, tot i que encara ha de millorar les eines que permetin verificar i realitzar el seguiment de les seves iniciatives.

FITXA AVALUACIÓ SOSTENIBILITAT	
Empresa:	3INA COSMETICS SL
Període:	2021/ 2022/ 2023/ 2024
Sector:	Cosmètic
Font d'informació:	Pàgina web oficial

BLOC 1- HARD DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
H1	Certificacions ambientals verificables	3	3
H2	Certificacions socials o ètiques verificables	3	3
H3	Certificacions <i>cruelty free</i> / vegà verificable	2	2
H4	Objectius i compromisos mesurables	0	0
H5	Informació comparable per anys	0	0
H6	Informació verificable sobre <i>packaging</i> sostenible	0	0
TOTAL A =			8

BLOC 2- SOFT DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
S1	Referències al compliment normatiu cosmètic	2	2
S2	Transparència en claims sostenibles	2	2
S3	Política d'ingredients	1	1
S4	Informació de la cadena de subministrament	0	0
S5	Declaracions generals sobre sostenibilitat	2	2
TOTAL B =			7

TOTAL =	15
Mitjà	

Taula 17. Avaluació del grau de sostenibilitat de 3INA Cosmetics SL. Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa (2021-2024).*

3INA es posiciona en un nivell de sostenibilitat mitjà, amb un enfocament clar cap al compromís ètic i la comunicació responsable. L'empresa destaca per la incorporació de la certificació B Corp en la seva comunicació corporativa, fet que indica l'alienació amb estàndards exigents en matèries ambientals, socials i de governança.

Així mateix, la marca es defineix com a vegana i *cruelty free*, integrant aquests principis en la seva proposta de valor i reforçant el seu enfocament cap a una cosmètica més responsable. De la mateixa manera, disposa de mecanismes de control com el canal ètic, que contribueixen a consolidar la seva estructura de governança.

Tanmateix, la informació disponible no permet identificar objectius mesurables ni una estructura de seguiment temporal, ni tampoc una comunicació detallada sobre l'embalatge o la cadena de subministrament.

En línies generals, l'empresa mostra un posicionament sòlid en termes de compromís i validació externa, on encara es detecten oportunitats de millora en la informació publicada.

FITXA AVALUACIÓ SOSTENIBILITAT	
Empresa:	GERMAINE DE CAPUCCINI, SAU
Període:	2021/ 2022/ 2023/ 2024
Sector:	Cosmètic
Font d'informació:	Pàgina web oficial

BLOC 1- HARD DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
H1	Certificacions ambientals verificables	0	0
H2	Certificacions socials o ètiques verificables	0	0
H3	Certificacions <i>cruelty free</i> / vegà verificable	0	0
H4	Objectius i compromisos mesurables	3	3
H5	Informació comparable per anys	1	1
H6	Informació verificable sobre <i>packaging</i> sostenible	3	3
TOTAL A =			7

BLOC 2- SOFT DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
S1	Referències al compliment normatiu cosmètic	2	2
S2	Transparència en claims sostenibles	2	2
S3	Política d'ingredients	2	2
S4	Informació de la cadena de subministrament	1	1
S5	Declaracions generals sobre sostenibilitat	2	2
TOTAL B =			9

TOTAL =	16
Mitjà	

Taula 18. Avaluació del grau de sostenibilitat de Germaine de Capuccini SAU.
Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa (2021-2024).*

Germaine de Capuccini mostra un nivell de sostenibilitat mitjà, amb un desenvolupament destacat en la dimensió ambiental. L'empresa incorpora iniciatives concretes com sistemes de *packaging* reciclable i reutilitzable, així com la reducció significativa de l'ús de plàstics i emissions, fet que evidencia un compromís actiu amb la reducció del seu impacte ambiental.

A més, integra criteris sostenibles en el desenvolupament de productes, incloent l'ús d'ingredients biodegradables i processos més eficients en l'ús dels recursos. Tot i els avenços observats, la limitada presència de mecanismes de verificació externa i la manca d'un sistema de report estructurat dificulten l'avaluació precisa del seu impacte sostenible.

De forma genèrica, l'empresa mostra un posicionament sòlid en matèria ambiental, si bé encara es detecten oportunitats de millora en la incorporació d'eines que permetin reforçar la traçabilitat i la credibilitat de les seves accions.

FITXA AVALUACIÓ SOSTENIBILITAT	
Empresa:	COSMETICA COSBAR, SA
Període:	2021/ 2022/ 2023/ 2024
Sector:	Cosmètic
Font d'informació:	Pàgina web oficial

BLOC 1- HARD DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
H1	Certificacions ambientals verificables	0	0
H2	Certificacions socials o ètiques verificables	1	1
H3	Certificacions <i>cruelty free</i> / vegà verificable	1	1
H4	Objectius i compromisos mesurables	3	3
H5	Informació comparable per anys	1	1
H6	Informació verificable sobre <i>packaging</i> sostenible	3	3
TOTAL A =			9

BLOC 2- SOFT DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
S1	Referències al compliment normatiu cosmètic	2	2
S2	Transparència en claims sostenibles	2	2
S3	Política d'ingredients	2	2
S4	Informació de la cadena de subministrament	1	1
S5	Declaracions generals sobre sostenibilitat	2	2
TOTAL B =			9

TOTAL =	18
Mitjà	

Taula 19. Avaluació del grau de sostenibilitat de Cosmètica Cosbar SA. Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa (2021-2024).*

Cosmètica Cosbar, més coneguda pel seu nom comercial Montibello, presenta un nivell de sostenibilitat mitjà, amb una clara orientació cap a la integració de criteris ambientals en el seu model de negoci. L'empresa destaca especialment en aquesta dimensió, amb iniciatives concretes com l'ús de *packaging* reciclable, la reducció de materials plàstics i la incorporació de fórmules amb un alt percentatge d'ingredients naturals i biodegradables. A més, disposa d'indicadors quantitatius que permeten mesurar parcialment el seu impacte, com la reducció del consum d'aigua o l'ús de materials reciclats.

En l'àmbit social i governamental, Montibello mostra un compromís progressiu, amb l'adopció de pràctiques responsables i l'inici del procés per a l'obtenció de certificacions BCorp. Però realment la manca de verificacions externes i l'estructura sistemàtica de reporting limita la verificació del seu rendiment sostenible.

En conjunt, l'empresa es posiciona com una organització amb una estratègia sostenible en desenvolupament avançat, destacant principalment en l'àmbit ambiental i amb potencial d'evolucionar cap a nivells més elevats de sostenibilitat.

FITXA AVALUACIÓ SOSTENIBILITAT	
Empresa:	PERFUMES Y DISEÑO COMERCIAL, SL
Període:	2021/ 2022/ 2023/ 2024
Sector:	Cosmètic
Font d'informació:	Pàgina web oficial

BLOC 1- HARD DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
H1	Certificacions ambientals verificables	0	0
H2	Certificacions socials o ètiques verificables	0	0
H3	Certificacions <i>cruelty free</i> / vegà verificable	0	0
H4	Objectius i compromisos mesurables	1	1
H5	Informació comparable per anys	0	0
H6	Informació verificable sobre <i>packaging</i> sostenible	1	1
TOTAL A =			2

BLOC 2- SOFT DISCLOURE

Codi	Criteri	Evidència	Puntuació (0-3)
S1	Referències al compliment normatiu cosmètic	2	2
S2	Transparència en claims sostenibles	1	1
S3	Política d'ingredients	0	0
S4	Informació de la cadena de subministrament	2	2
S5	Declaracions generals sobre sostenibilitat	2	2
TOTAL B =			7

TOTAL =	9
Mitjà-baix	

Taula 20. Avaluació del grau de sostenibilitat de Perfumes y Diseño Comercial SL.
Font: *Elaboració pròpia a partir d'informació corporativa (2021-2024).*

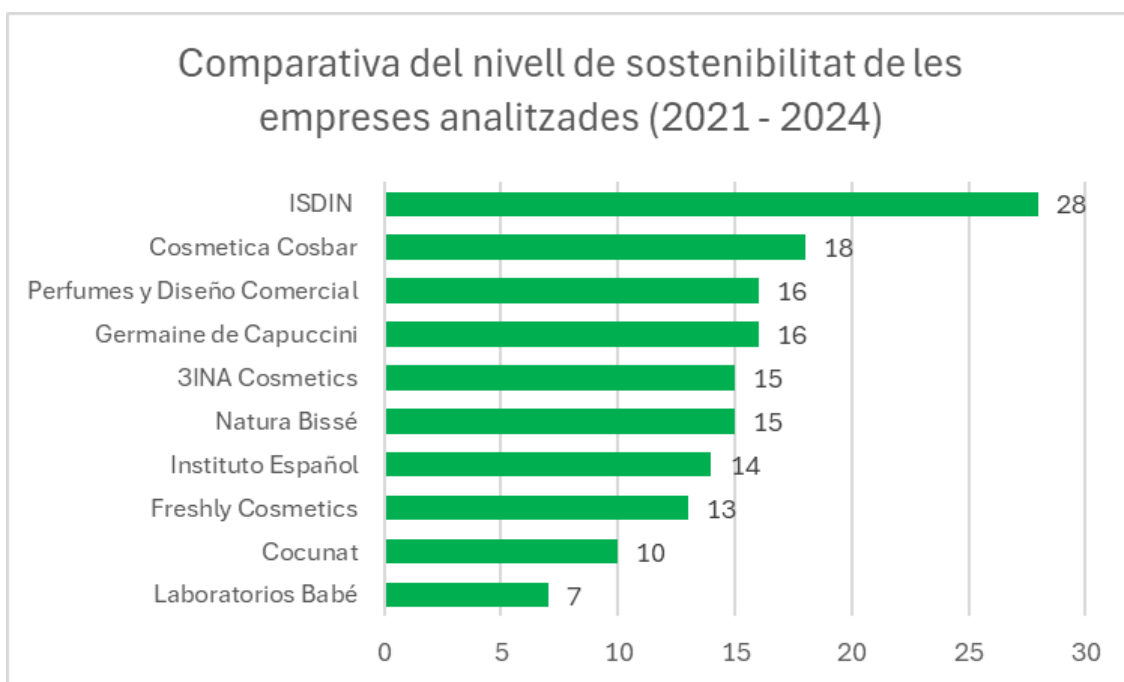
Perfumes y Diseño Comercial, presenta un nivell de sostenibilitat mitjà, d'acord amb la puntuació obtinguda en l'anàlisi. L'empresa disposa d'una base sòlida en termes de governança, amb la presència de codis ètics i de conducta, així com mecanismes de control i compliment normatiu que evidencien un compromís amb les bones pràctiques empresarials.

En l'àmbit social, s'observa la integració de principis relacionats amb els drets humans, la igualtat i les condicions laborals, extensibles també a la cadena de subministrament mitjançant directrius específiques per als proveïdors. Aquest fet reforça la seva orientació cap a una gestió responsable.

Tanmateix, en la dimensió ambiental el nivell de desenvolupament és més limitat, ja que les iniciatives identificades es basen principalment en compromisos generals sense el suport de certificacions externes ni d'indicadors quantitatius que permetin mesurar de manera objectiva el seu impacte.

De manera global, l'empresa mostra una estratègia de sostenibilitat en desenvolupament, amb fortaleeses en governança i àmbit social, però amb marge de millora en la consolidació i verificació del seu impacte ambiental.

6.1.2 Comparativa del nivell de sostenibilitat



Gràfic 2. Comparativa del nivell de sostenibilitat de les empreses analitzades durant el període 2021 – 2024. Font: *Elaboració pròpia.*

L'anàlisi comparativa del nivell de sostenibilitat de les empreses analitzades mostra diferències significatives en el grau de desenvolupament, verificabilitat i transparència de les pràctiques sostenibles dins del sector cosmètic espanyol durant el període 2021-2024.

En primer lloc, ISDIN destacant clarament per sobre de la resta de la mostra amb una puntuació total de 28 punts, situant-se com l'empresa amb el nivell de sostenibilitat més elevat. Aquesta diferència es deu principalment a la presència d'informació verificable, certificacions externes, objectius mesurables i una estructura ESG més consolidada. A més, és l'única empresa de la mostra que presenta informació sostenible comparable durant diversos anys a través d'informes específics, fet que reforça la transparència i la credibilitat de les seves pràctiques sostenibles. En aquest cas, la sostenibilitat no es limita únicament a la comunicació corporativa, sinó que forma part de l'estructura i de l'estratègia de l'empresa.

En un nivell intermedi es situen empreses com Cosmética Cosbar, Germaine de Capuccini, Natura Bissé i 3INA Cosmetics, les quals mostren una incorporació progressiva de criteris sostenibles dins de la seva activitat, especialment en aspectes com l'embalatge, la reducció d'impactes ambientals i en la seva comunicació corporativa. Però també s'identifiquen limitacions relacionades amb la verificació externa i els sistemes de seguiment. Aquestes empreses comparteixen una estratègia sostenible més desenvolupada en l'àmbit ambiental i corporatiu, però una estructura ESG menys consolidada i amb menor capacitat de verificació que ISDIN.

D'altra banda, empreses com Freshly Cosmetics, Cocunat o Instituto Español, presenten un model de sostenibilitat més vinculat al posicionament de marca i a la

comunicació corporativa. En aquests casos, es presenta una narrativa sobre cosmètica natural, productes vegans, cruelty free o *packaging* reciclable, però no la suficient informació mesurable i verificable. En aquest nivell, la sostenibilitat es relaciona principalment amb la imatge de marca i els valors transmesos al consumidor, més que amb eines de control i transparència sostenible.

Finalment, Laboratorios Babé, presenta el nivell de sostenibilitat més baix de la mostra, per la limitada presència d'informació ambiental i evidències verificables. A diferència de la resta d'empreses analitzades, la sostenibilitat no apareix com un element central dins de la seva comunicació ni estratègia corporativa.

En conjunt, els resultats de l'anàlisi reflecteixen que el sector cosmètic espanyol presenta un nivell de desenvolupament desigual, on no totes les empreses incorporen la sostenibilitat amb el mateix grau d'integració, transparència i credibilitat dins de la seva activitat. Mentre algunes empreses disposen d'una estructura sostenible bastant consolidada i amb informació verificable, altres es centren a fomentar-la des d'un punt de vista de posicionament de marca i comunicació corporativa.

6.2 Anàlisi del nivell de rendibilitat

6.2.1 Anàlisi individual del rendiment del rendiment financer

FITXA AVALUACIÓ RENDIMENT FINANCER	
Empresa:	FRESHLY COSMETICS SL
Sector:	Cosmètic
Font d'informació:	base de dades SABI
Unitat monetària:	euros (€)

INDICADORS / ANY	2021	2022	2023	2024
Facturació anual =	44.576.774	40.829.188	45.581.867	42.767.239
Benefici net =	-6.431.178	-3.813.690	-335.130	-4.219.613
ROA =	-30,48%	-13%	-1,44%	-22,23%
ROE =	-105,68%	-86,98%	-9,69%	-1068,58%
Creixement vendes =	47%	-8%	12%	-6%
RENDIMENT =	BAIX	BAIX	BAIX	BAIX

VENDES

2020	2021	2022	2023	2024
30.135.000	44.436.000	40.756.000	45.533.000	42.727.000

Taula 21. Avaluació del rendiment financer de Freshly Cosmetics SL (2021-2024).

Font: *Elaboració pròpia a partir de la base de dades SABI (2021-2024).*

Freshly Cosmetics presenta una evolució negativa en tremes de rendibilitat al llarg del període analitzat (2021-2024). Tot i mantenir un volum de facturació elevat, l'empresa registra resultats de l'exercici negatius de forma continuada, fet que evidencia dificultats per convertir els ingressos en beneficis.

El benefici net és negatiu en tots els exercicis, amb una millora puntual l'any 2023 que no es consolida l'any 2024. Aquesta situació es reflecteix en la rendibilitat econòmica

(ROA) i en la rendibilitat financera (ROE), que presenten valors negatius durant tot el període, indicant una baixa capacitat per generar retorn sobre els actius i sobre els recursos propis.

Aquesta situació també es reflecteix en el compte de pèrdues i guanys (ANNEX A), on el resultat d'explotació és reduït o negatiu en diversos exercicis, i empitjora després de considerar les despeses financeres, el resultat esdevé encara més negatiu, fet que evidencia l'impacte significatiu del cost del deute sobre la rendibilitat de l'empresa.

Dins del balanç (ANNEX A), s'observa una reducció progressiva del total d'actius sense traduir-se en una disminució de les vendes, fet que pot indicar un ajust en l'estructura de l'empresa o una menor necessitat de recursos per mantenir el nivell d'activitat. Al mateix temps, els fons propis es redueixen de manera significativa a causa de les pèrdues acumulades, mentre que el nivell d'endeutament es manté elevat, reflectint una elevada dependència al finançament aliè i una estructura financera tensionada.

Pel que fa al passiu, destaca el pes del deute a curt termini, especialment amb entitats financeres, mentre que el finançament a través de proveïdors és més reduït, això pot generar pressió financera a curt termini i afectar a la liquiditat de l'empresa. Tot i que les vendes es mantenen relativament estables al llarg del període analitzat, l'empresa no aconsegueix transformar aquest nivell d'activitat en resultats positius.

En conjunt, Freshly Cosmetics un rendiment financer baix, caracteritzat per la manca de beneficis sostinguts, nivells negatius de rendibilitat i una estructura financera desequilibrada.

FITXA AVALUACIÓ RENDIMENT FINANCER	
Empresa:	COCUNAT, SL
Sector:	Cosmètic
Font d'informació:	base de dades SABI
Unitat monetària:	euros (€)

INDICADORS / ANY	2021	2022	2023	2024
Facturació anual =	22.653.167	16.780.821	17.898.432	23.278.663
Benefici net =	-857.088	-3.388.176	-1.072.070	-706.921
ROA =	-10,97%	-27,54%	-11,27%	-6,22%
ROE =	100,22%	-210,99%	-182,70%	-50,96%
Creixement vendes =	-	-28,71%	3,53%	34,39%
RENDIMENT =	BAIX	BAIX	BAIX	BAIX

VENDES

2020	2021	2022	2023	2024
-	22.308.000	15.904.358	16.465.649	22.128.329

Taula 22. Avaluació del rendiment financer de Cocunat SL (2021-2024). Font: *Elaboració pròpia a partir de la base de dades SABI (2021-2024).*

A partir dels indicadors analitzats de l'empresa **Cocunat**, s'observa una evolució negativa de la rendibilitat al llarg del període estudiat. Només l'any 2021 presenta una rendibilitat financera (ROE) positiva, mentre que l'any 2022 esdevé fortament negativa, amb una recuperació parcial en els exercicis posteriors.

Aquesta mateixa dinàmica es reflecteix tant en el benefici net com en la rendibilitat econòmica (ROA), que assoleixen els seus pitjors valors l'any 2022, coincidint amb el menor nivell de facturació del període i una reducció significativa de les vendes. Tot i això, en els exercicis amb major volum d'ingressos (2021 i 2024), les pèrdues són menys elevades, fet que podria indicar una relació positiva entre el creixement de les vendes i la millora dels resultats.

En relació amb al compte de pèrdues i guanys (ANNEX A), el resultat d'explotació es negatiu durant tot el període analitzat, evidenciant dificultats estructurals per generar beneficis a partir de la seva activitat. A més, l'impacte de les despeses financeres no altera significativament aquest resultat, la qual cosa indica que el problema principal no es deriva del cost del deute sinó de la operativa del negoci.

Pel que fa el balanç (ANNEX A), destaca l'augment de l'actiu no corrent vinculat principalment a inversions a llarg termini. Al mateix temps, els fons propis es veuen afectats per les pèrdues acumulades, que es compensen amb la prima d'emissió, excepte l'any 2021 on aquesta era reduïda. D'altra banda, destaca el pes del passiu corrent amb un nivell elevat d'endeutament a curt termini, distribuït de forma bastant equilibrada entre entitats financeres i proveïdors. Aquesta situació reflecteix una estructura financera amb certa pressió sobre la liquiditat i dependència del finançament extern, incrementant el risc financer.

En conjunt, Cocunat presenta un rendiment financer baix, caracteritzat per les dificultats en la generació de beneficis i nivells negatius de rendibilitat, tot i mostrar una evolució lleugerament favorable vinculada a l'increment dels ingressos.

FITXA AVALUACIÓ RENDIMENT FINANCER				
Empresa:	ISDIN SA			
Sector:	Cosmètic			
Font d'informació:	base de dades SABI			
Unitat monetària:	euros (€)			

INDICADORS / ANY	2021	2022	2023	2024
Facturació anual =	257.367.965	337.497.347	428.071.687	448.627.048
Benefici net =	25.627.059	57.916.111	59.774.882	56.461.923
ROA =	11,06%	20,11%	18,30%	15,72%
ROE =	15,15%	29,87%	26,63%	22,30%
Creixement vendes =	5,02%	30,15%	26,07%	6,97%
RENDIMENT =	MITJÀ	ALT	ALT	ALT

VENDES

2020	2021	2022	2023	2024
232.527.662	244.194.412	317.820.655	400.663.512	428.587.265

Taula 23. Avaluació del rendiment financer de ISDIN SA (2021-2024). Font: *Elaboració pròpia a partir de la base de dades SABI (2021-2024).*

L'anàlisi dels indicadors financers d'**ISDIN** mostra un comportament molt favorable al llarg del període 2021-2024. El benefici net es manté positiu en tots els exercicis i experimenta un increment significatiu l'any 2022, que es consolida en els anys

posteriors. Aquesta evolució també es reflecteix en les ràtios de rendibilitat (ROA i ROE) que assoleixen valors elevats i mostren una clara millora respecte al primer any analitzat. Els nivells elevats del ROA i el ROE indiquen una alta capacitat per part de l'empresa de generar rendibilitat a partir dels seus actius i recursos propis, reflectint una gestió eficient i una bona transformació de l'activitat en beneficis.

En relació amb el compte de pèrdues i guanys (ANNEX A), el resultat d'explotació és positiu durant tot el període i mostra una evolució favorable en línia amb l'increment del volum de negoci. Aquest creixement es veu principalment impulsat l'any 2022, amb l'augment significatiu de les vendes, mentre que en els exercicis posteriors l'empresa manté nivells elevats de benefici malgrat una evolució més moderada de la facturació.

Pel que fa al balanç (ANNEX A), l'actiu corrent presenta un pes important, especialment en existències, deutors i tresoreria, mantenint una estructura equilibrada. D'altra banda, l'actiu no corrent es vincula principalment a inversions a llarg termini en empreses del grup.

En el cas del passiu, destaca el predomini del patrimoni net, amb fonts pròpies que augmenten progressivament gràcies als resultats positius acumulats. El passiu no corrent és pràcticament inexistent, mentre que el passiu corrent es concentra principalment en els creditors comercials. A més, és rellevant l'absència de deute amb entitats financeres, fet que reflecteix una estructura financera sòlida i amb baix risc financer.

En conjunt, ISDIN presenta un rendiment financer alt, amb una elevada capacitat per generar beneficis, nivells elevats de rendibilitat i una estructura financera equilibra i poc dependent del finançament extern.

FITXA AVALUACIÓ RENDIMENT FINANCER	
Empresa:	NATURA BISSE INTERNATIONAL SA
Sector:	Cosmètic
Font d'informació:	base de dades SABI
Unitat monetària:	euros (€)

INDICADORS / ANY	2021	2022	2023	2024
Facturació anual =	40.252.541	38.152.143	34.831.117	34.040.140
Benefici net =	10.530.635	7.898.807	3.864.972	4.028.597
ROA =	18,71%	13,32%	6,34%	8,40%
ROE =	31,11%	19,98%	9,20%	11,37%
Creixement vendes =	25,00%	-6,07%	-4,19%	-1,09%
RENDIMENT =	ALT	MITJÀ	MITJÀ	MITJÀ

VENDES

2020	2021	2022	2023	2024
30.136.726	37.672.218	35.385.043	33.903.925	33.535.542

Taula 24. Avaluació del rendiment financer de Natura Bissé International SA (2021-2024). Font: *Elaboració pròpia a partir de la base de dades SABI (2021-2024).*

L'anàlisi dels indicadors financers de **Natura Bissé** mostra una evolució negativa al llarg del període analitzat, prenent com a punt de referència l'any 2021, en el què l'empresa assolix els seus nivells més elevats tant de facturació com de benefici net. A partir d'aquest any, s'observa una disminució progressiva dels resultats, tot i que en l'últim exercici (2024), malgrat la reducció de vendes, el benefici net augmenta respecte a 2023, fet que podria indicar una millora en la gestió dels costos o en l'eficiència operativa.

La rendibilitat econòmica (ROA) i la rendibilitat financera (ROE) es mantenen positives durant tot el període, però mostren una clara tendència a la baixa. Aquesta evolució indica una pèrdua progressiva de la capacitat per generar beneficis. En el cas del ROE, la disminució s'explica tant per la reducció del benefici net com per l'augment dels fons propis, fet que dilueix la rendibilitat. En canvi, en el ROA la caiguda es deu principalment a la disminució del benefici, ja que l'actiu es manté estable.

Pel que fa al balanç, l'actiu presenta una estructura equilibrada entre l'actiu corrent i no corrent. En l'actiu no corrent destaca l'immobilitzat material, especialment terrenys i instal·lacions tècniques, mentre que en el corrent predominen les existències i els deutors comercials. Aquest últim compte augmenta els anys 2023 i 2024, fet que podria estar relacionat amb l'empitjorament dels resultats, ja que implica un major volum de vendes pendents de cobrament.

En relació amb el passiu predomina el patrimoni net, format principalment per reserves i resultats positius acumulats, indicant una baixa dependència de finançament aliè. El passiu exigible és reduït i es concentra en deutes a proveïdors, amb poca presència de finançament a llarg termini.

En conjunt, Natura Bissé presenta un rendiment mitjà, amb una bona capacitat de generar beneficis, una còmoda estructura financera, però amb una tendència decreixent en rendibilitat respecte als primers exercicis analitzats.

FITXA AVALUACIÓ RENDIMENT FINANCER	
Empresa:	LABORATORIOS BABE SL
Sector:	Cosmètic
Font d'informació:	base de dades SABI
Unitat monetària:	euros (€)

INDICADORS / ANY	2021	2022	2023	2024
Facturació anual =	10.746.422	13.967.926	16.962.452	20.493.108
Benefici net =	453.321	172.928	758.740	1.450.894
ROA =	10,98%	3,97%	15,87%	21,37%
ROE =	37,95%	13,08%	40,24%	48,63%
Creixement vendes =	3,99%	29,01%	23,14%	20,49%
RENDIMENT =	MITJÀ	BAIX	MITJÀ	MITJÀ

VENDES

2020	2021	2022	2023	2024
10.171.954	10.577.560	13.646.150	16.803.421	20.245.942

Taula 25. Avaluació del rendiment financer de Laboratorios Babé SL (2021-2024).

Font: *Elaboració pròpia a partir de la base de dades SABI (2021-2024).*

L'anàlisi dels indicadors financers de **Laboratorios Babé** mostra una evolució generalment positiva de la facturació al llarg del període analitzat, amb un increment sostingut de les vendes anys rere any. No obstant això, aquesta evolució no es reflecteix de manera uniforme en el benefici net, ja que de l'any 2021 i 2022 es produeix una disminució significativa, malgrat l'augment dels ingressos. A partir del 2023, els resultats mostren una clara recuperació, amb una evolució positiva en exercicis posteriors.

Aquesta situació també es reflecteix en la rendibilitat econòmica (ROA) i en la rendibilitat financera (ROE), que es mantenen positives durant tot el període, però amb una caiguda notable l'any 2022, seguida d'una millora significativa els anys següents. Aquesta evolució indica una reducció puntual de la rendibilitat, associada principalment a la disminució de benefici net.

En relació amb el compte de pèrdues i guanys, el resultat d'explotació és positiu durant tots els exercicis, tot i que l'any 2022 presenta el nivell més baix. Aquesta disminució, malgrat l'augment de vendes, es pot explicar per l'increment de determinades despeses operatives, com les variacions d'existències o els serveis externs. A més, el resultat es veu afectat per l'impacte puntual d'un deteriorament associat a la venda d'un instrument financer, accentuant la reducció del benefici. En exercicis posteriors, l'impacte d'aquestes despeses es redueix gràcies a l'augment dels ingressos, cosa que permet recuperar els nivells de rendibilitat.

Pel que fa al balanç, destaca el pes de l'actiu corrent, especialment en partides com deutors comercials, existències i actius mantinguts per la venda. L'actiu no corrent té un pes menor, però destaca l'immobilitzat intangible vinculat amb el desenvolupament i patents, això com les instal·lacions tècniques.

En relació amb el passiu, predomina el patrimoni net, amb fons propis elevats, mentre que el passiu corrent es concentra en creditors comercials. El passiu no corrent es reduït i vinculat a deutes a llarg termini amb entitats de crèdit. Aquesta estructura indica un nivell moderat de risc financer, tot i que la dependència del finançament a curt termini i el baix nivell de tresoreria podrien generar tensions de liquiditat en el futur.

En conjunt, Laboratorios Bissé presenta un rendiment financer mitjà, amb una evolució positiva en general, però marcada per una caiguda puntual de rendibilitat l'any 2022 i una recuperació notable en els exercicis posterior.

FITXA AVALUACIÓ RENDIMENT FINANCER	
Empresa:	INSTITUTO ESPAÑOL, SA
Sector:	Cosmètic
Font d'informació:	base de dades SABI
Unitat monetària:	euros (€)

INDICADORS / ANY	2021	2022	2023	2024
Facturació anual =	40.186.210	45.601.921	54.014.957	61.485.997
Benefici net =	4.556.844	3.568.984	5.237.150	6.104.925
ROA =	10,47%	7,52%	9,51%	11,72%
ROE =	19,30%	14,97%	17,83%	20,93%
Creixement vendes =	7,97%	13,44%	18,44%	13,74%
RENDIMENT =	MITJÀ	MITJÀ	MITJÀ	ALT

VENDES

2020	2021	2022	2023	2024
37.171.421	40.134.610	45.527.759	53.921.512	61.329.008

Taula 26. Avaluació del rendiment financer de Instituto Español SA (2021-2024).

Font: *Elaboració pròpia a partir de la base de dades SABI (2021-2024).*

Els indicadors financers d'**Instituto Español** mostren una evolució favorable al llarg del període analitzat, amb un increment sostingut de la facturació anual i del benefici net, impulsat principalment per l'augment continu de les vendes. Tot i això, l'any 2022 es produeix una lleugera reducció tant en el benefici com en les ràtios de rendibilitat.

La rendibilitat econòmica (ROA) es manté al voltant del 10% durant la major part del període, amb una disminució puntual l'any 2022 associada a la reducció del benefici net. Pel que fa a la rendibilitat financera (ROE), aquesta presenta una evolució més variable, amb una caiguda en el 2022 i una posterior recuperació. Aquesta dinàmica mostra com els canvis en el benefici net condicionen la rendibilitat dels recursos propis, malgrat mantenir-se en valors positius durant tot el període.

En relació amb el compte de pèrdues i guanys, el resultat d'explotació és positiu cada any i mostra una evolució creixent, en línia amb l'increment de les vendes. No obstant això, l'impacte de les despeses financeres redueix significativament el resultat financer, arribant a nivells molt baixos o negatius. Aquesta situació podria relacionar-se amb el nivell de deute a curt termini i l'elevat volum de vendes pendents de cobrament.

Pel que fa al balanç, l'actiu presenta una estructura bastant equilibrada entre l'actiu corrent i no corrent. En el no corrent destaquen l'immobilitzat material, les inversions a llarg termini en empreses del grup i amb entitats financeres, mentre que en l'actiu corrent sobresurten les existències i els deutors comercials. L'elevat volum de clients pendents de cobrament pot suposar un risc per a la liquiditat de l'empresa, tot i mantenir un nivell de tresoreria favorable.

En relació amb el passiu, predomina clarament el patrimoni net, amb un volum elevat de fons propis. El passiu corrent també té un pes rellevant, compost principalment per deutes amb entitats de crèdit i proveïdors, fet que implica una dependència significativa

al finançament a curt termini. Aquesta combinació, juntament amb l'alt nivell de deutors comercials, podria generar tensions financeres si no es gestiona adequadament.

En conjunt, Instituto Español presenta un rendiment financer mitjà-alt, amb una evolució positiva del negoci, però amb certes limitacions derivades de la gestió del finançament i la liquiditat.

FITXA AVALUACIÓ RENDIMENT FINANCER	
Empresa:	3INA COSMETICS SL
Sector:	Cosmètic
Font d'informació:	base de dades SABI
Unitat monetària:	euros (€)

INDICADORS / ANY	2021	2022	2023	2024
Facturació anual =	8.039.030	14.225.120	20.044.265	21.781.047
Benefici net =	-2.336.543	-670.852	-2.309.899	-3.160.464
ROA =	-33,92%	-5,70%	-16,38%	-20,77%
ROE =	138,32%	-13,41%	-85,77%	-4294,52%
Creixement vendes =	53,18%	76,78%	41,94%	8,65%
RENDIMENT =	BAIX	BAIX	BAIX	BAIX

VENDES

2020	2021	2022	2023	2024
5.199.895	7.965.408	14.081.113	19.986.893	21.716.647

Taula 27. Avaluació del rendiment financer de 3INA Cosmetics SL (2021-2024).

Font: *Elaboració pròpia a partir de la base de dades SABI (2021-2024).*

Els indicadors financers de **3INA** mostren una situació negativa, ja que, tot i presentar un creixement significatiu de la facturació al llarg del període, el benefici net és negatiu en tots els exercicis analitzats. Aquest fet indica que, malgrat l'augment de les vendes, l'empresa no és capaç de generar beneficis a partir de la seva activitat.

Aquesta situació es reflecteix també en les ràtios de rendibilitat econòmica (ROA) i financera (ROE), que presenten valors negatius durant tot el període com a conseqüència dels resultats negatius. Destaca especialment el ROE de l'any 2024, amb un valor molt elevat en termes negatius, fet que pot estar relacionat amb un nivell reduït de fons propis, que intensifica l'efecte de les pèrdues.

En el balanç, l'actiu es concentra principalment en l'actiu corrent, en partides com existències i deutors comercials, mentre que l'actiu no corrent té un pes reduït. També destaca el nivell tant baix de tresoreria, fet que pot limitar la capacitat de l'empresa per fer front a les obligacions a curt termini.

Pel que fa el passiu, predomina el deute a curt termini tant amb entitats financeres com amb proveïdors i empreses del grup, reflectint una elevada dependència del finançament extern. A més. El patrimoni net es molt i es veu compensat parcialment per una elevada prima d'emissió destinada a absorbir les pèrdues acumulades.

Finalment, en el compte de pèrdues i guanys, el resultat d'explotació és negatiu en la majoria dels exercicis, indicant dificultats estructurals per generar beneficis. L'impacte de les despeses financeres accentua aquestes encara més aquestes pèrdues.

En conjunt, 3INA presenta un rendiment financer baix, caracteritzat per un creixement de les vendes que no es tradueix en rendibilitat, juntament amb una estructura financera feble i una elevada dependència del finançament extern.

FITXA AVALUACIÓ RENDIMENT FINANCER	
Empresa:	GERMAINE DE CAPUCCINI, SAU
Sector:	Cosmètic
Font d'informació:	base de dades SABI
Unitat monetària:	euros (€)

INDICADORS / ANY	2021	2022	2023	2024
Facturació anual =	29.038.830	32.266.444	33.781.993	35.570.432
Benefici net =	3.324.405	3.774.610	1.427.785	3.939.102
ROA =	11,84%	11,99%	6,95%	10,37%
ROE =	37,38%	30,63%	15,93%	21,60%
Creixement vendes =	15,33%	11,14%	4,54%	4,83%
RENDIMENT =	MITJÀ	MITJÀ	MITJÀ	MITJÀ

VENDES

2020	2021	2022	2023	2024
24.912.464	28.731.806	31.932.919	33.382.060	34.994.039

Taula 28. Avaluació del rendiment financer de Germaine de Capuccini SAU (2021-2024). Font: *Elaboració pròpia a partir de la base de dades SABI (2021-2024).*

L'anàlisi dels indicadors financers de **Germaine de Capuccini** mostra una evolució positiva de la facturació anual i de les vendes al llarg de tot el període estudiat. Tot i això, el benefici net es manté relativament estable durant la major part del període, amb una caiguda notable l'any 2023 i la posterior recuperació l'any 2024.

Aquesta evolució també es reflecteix en la rendibilitat econòmica (ROA) i financera (ROE), que es mantenen en valors positius i moderats, però presenten una disminució l'any 2023 associada a la reducció del benefici net. Aquesta situació es pot explicar, en part, per un increment de les despeses operatives i per un deteriorament superior al de la resta del període. Encara això, no es mostra una situació especialment preocupant, ja que l'empresa mostra capacitat de ràpida recuperació en l'exercici següent.

Pel que fa al balanç, l'actiu es distribueix de forma bastant equilibrada entre l'actiu corrent i no corrent. En l'actiu no corrent destaquen les inversions a llarg termini amb empreses del grup, especialment en forma de crèdits concedits amb imports elevats al llarg del període. Mentre que en l'actiu corrent sobresurten les existències i els deutors comercials, amb un volum elevat i creixent, fet que pot suposar un risc en termes de liquiditat tenint en compte el baix nivell de tresoreria.

En relació amb el passiu, destaca el pes del patrimoni net, així com la presència del deute tant a llarg com a curt termini. L'any 2023 es produeix un augment significatiu del

deute a curt termini amb entitats de crèdit, mentre que en l'últim exercici es produeix una reducció del passiu corrent i un increment del no corrent, fet que podria contribuir a millorar la gestió de la liquiditat.

Finalment, en el compte de pèrdues i guanys, el resultat d'explotació en positiu en tots els exercicis, indicant que l'empresa es capaç de generar beneficis amb la seva activitat. Tot i això, el resultat financer es negatiu, reflectint l'impacte de les despeses financeres sobre el resultat de l'exercici.

En conjunt, Germaine de Capuccini presenta un rendiment financer mitjà, amb una evolució estable i capacitat de generar beneficis, però amb alguns riscos associats a la liquiditat i al nivell d'endeutament.

FITXA AVALUACIÓ RENDIMENT FINANCER	
Empresa:	COSMETICA COSBAR, SA
Sector:	Cosmètic
Font d'informació:	base de dades SABI
Unitat monetària:	euros (€)

INDICADORS / ANY	2021	2022	2023	2024
Facturació anual =	42.098.350	50.832.086	51.759.966	47.742.402
Benefici net =	3.133.861	3.466.722	2.351.975	3.137.061
ROA =	10,89%	10,84%	8,46%	10,44%
ROE =	13,77%	14,52%	10,86%	13,63%
Creixement vendes =	31,68%	19,77%	2,02%	-7,54%
RENDIMENT =	MITJÀ	MITJÀ	MITJÀ	MITJÀ

VENDES

2020	2021	2022	2023	2024
------	------	------	------	------

Taula 29. Avaluació del rendiment financer de Cosmética Cosbar SA (2021-2024).

Font: *Elaboració pròpia a partir de la base de dades SABI (2021-2024).*

L'anàlisi financera de **Cosmética Cosbar**, més coneguda pel seu nom comercial Montibello, mostra un rendiment mitjà al llarg de període analitzat. S'observa un increment notable de les vendes durant els primers anys, que es consolida en una facturació anual propera als 50 milions d'euros. Tot i que, l'any 2023 representa el punt màxim de facturació, també presenta el benefici net més baix, afectant directament les ràtios de rendibilitat.

La rendibilitat econòmica (ROA) i financera (ROE) es mantenen en valors positius i relativament estables durant tot el període, amb una lleugera disminució de l'any 2023 associada a la reducció del benefici net. Aquesta estabilitat reflecteix una gestió eficient dels recursos i una capacitat sostinguda per generar rendibilitat.

Pel que fa al balanç, destaca el pes de l'actiu corrent, especialment en existències i deutors comercials pendents de cobrament, juntament amb un nivell reduït de tresoreria. Aquesta situació també es reflecteix en els nivells de liquiditat baixos durant gran part del període. En l'actiu no corrent sobresurt l'immobilitzat material, especialment instal·lacions tècniques, amb una tendència creixent.

En relació amb el passiu, destaca el patrimoni net, contretament la partida de reserves, que constitueixen la principal font de finançament de l'empresa, indicant una forta capacitat d'autofinançament. Aquesta font es combina amb deute a curt termini amb proveïdors, fet que podria explicar part de les tensions de tresoreria i de gestió del circulant.

Finalment, en el compte de pèrdues i guanys, el resultat d'explotació és positiu en tots els exercicis, indicant que l'empresa és capaç de generar beneficis a partir de la seva activitat ordinària. No obstant això, l'any 2023 es veu especialment afectat per les despeses financeres i pel deteriorament puntual d'un instrument financer, fet que redueix significativament el resultat final de l'exercici.

En conjunt, Cosmètica Cosbar, presenta un rendiment financer mitjà, amb una bona estabilitat en la rendibilitat i una elevada capacitat d'autofinançament, amb limitacions derivades del baix nivell de tresoreria i la gestió del circulant.

FITXA AVALUACIÓ RENDIMENT FINANCER	
Empresa:	PERFUMES Y DISEÑO COMERCIAL, SL
Sector:	Cosmètic
Font d'informació:	base de dades SABI
Unitat monetària:	euros (€)

INDICADORS / ANY	2021	2022	2023	2024
Facturació anual =	31.834.433	47.045.007	59.150.245	56.641.527
Benefici net =	3.016.108	8.325.886	9.195.113	5.732.445
ROA =	13,94%	27,60%	25,60%	18,15%
ROE =	82,32%	84,18%	94,92%	39,24%
Creixement vendes =	59,04%	49,09%	22,49%	-4,08%
RENDIMENT =	MITJÀ	ALT	ALT	MITJÀ

VENDES

2020	2021	2022	2023	2024
16.041.844	25.512.698	38.036.375	46.592.041	44.689.188

Taula 30. Avaluació del rendiment financer de Perfumes y Diseño Comercial SL (2021-2024). Font: *Elaboració pròpia a partir de la base de dades SABI (2021-2024).*

Els indicadors financers de l'empresa **Perfumes y Diseño comercial** mostren bons nivells de facturació, benefici net i rendibilitat al llarg del període analitzat, amb una evolució molt positiva fins a l'any 2023. A partir de l'any 2024 s'observa una lleugera reducció tant en les vendes com en el benefici, tot i mantenir-se en valors elevats.

Les rendibilitats econòmica (ROA) i financera (ROE) es mantenen en nivells alts, tot i presentar oscil·lacions al llarg dels anys. Aquestes variacions s'expliquen principalment pels canvis en el benefici net i, en el cas del ROE, també per les variacions dels fons propis, fet que incrementa la seva volatilitat. Encara això, les rendibilitats es mantenen a nivells favorables durant tots els exercicis.

Pel que fa al balanç, destaca el pes de l'actiu corrent, especialment en existències i deutors comercials, amb un increment molt elevat d'aquests últims. Aquesta situació,

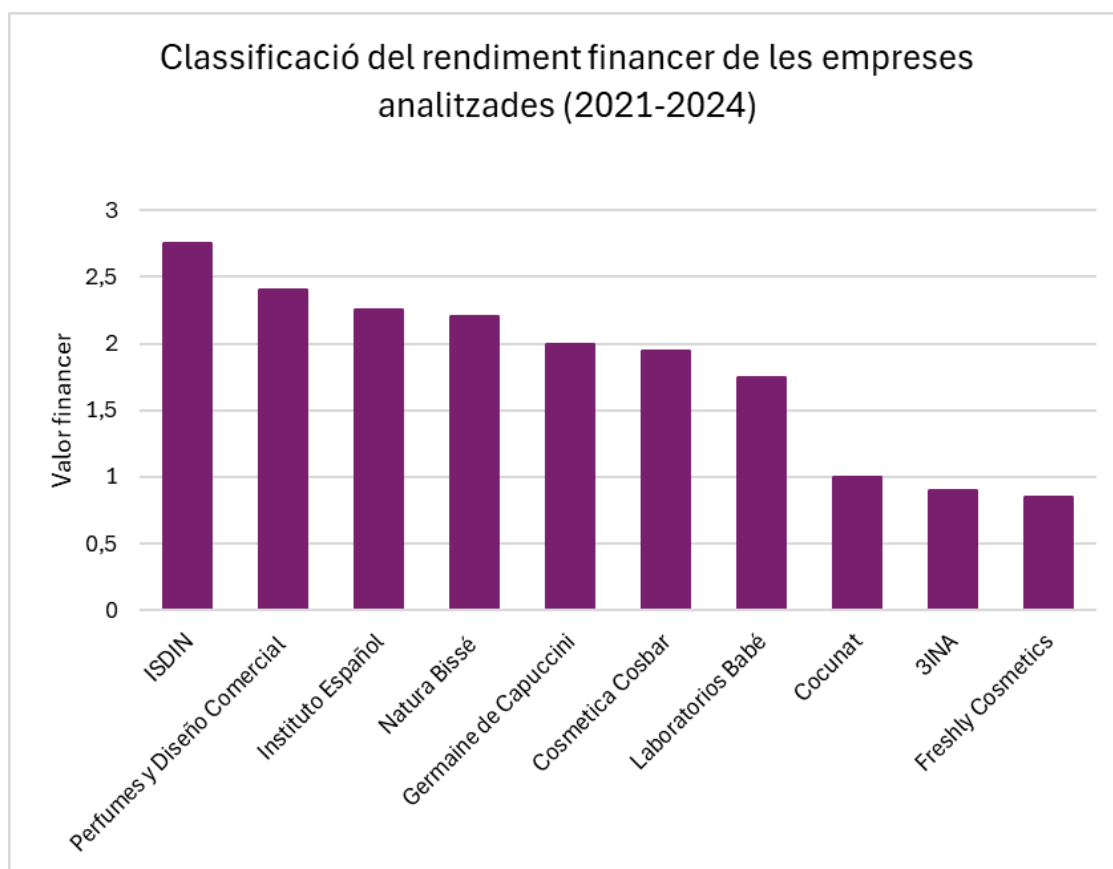
juntament amb el baix nivell de tresoreria, podria generar tensions de liquiditat. En canvi, l'actiu no corrent mostra una tendència decreixent al llarg del període.

En relació amb el passiu, s'observen canvis en l'estructura de finançament entre els diferents exercicis, alternant períodes amb més pes del passiu corrent i altres amb un increment del patrimoni net. Tanmateix, no es consolida una estructura estable, ja que les diferències entre les fonts de finançament s'accentuen amb el pas del temps. L'augment de patrimoni net es l'últim exercici es relaciona amb una menor incidència dels resultats negatius acumulats, mentre que la reducció del passiu no corrent s'explica per la desaparició del deute a llarg termini amb empreses del grup que va afectar l'any 2023.

Finalment, en el compte de pèrdues i guanys, els resultats d'explotació és positiu tots els exercicis, indicant una bona capacitat de generar beneficis. Les variacions dels resultats final responen principalment a canvis en la gestió operativa i en els costos de cada exercici.

En conjunt, l'empresa Perfumes y Diseño Comercial presenta un rendiment financer mitjà-alt, amb bons resultats operatius i nivells elevats de rendibilitat, però amb alguns riscos derivats de la gestió del circulat i del nivell de liquiditat.

6.2.2 Comparativa del rendiment financer

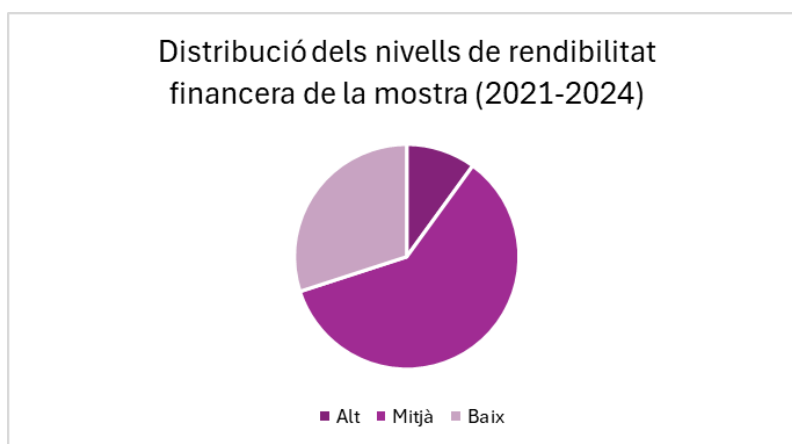


Gràfic 3. Comparativa del rendiment financer de les empreses analitzades durant el període (2021-2024). Font: *elaboració pròpia a partir de dades financeres extretes de la base de dades SABI (2021-2024).*

Per facilitar la comparació global del rendiment financer entre les empreses analitzades, s'ha elaborat una escala de valoració pròpia a partir dels resultats obtinguts durant el període 2021-2024. Aquesta classificació considera principalment l'evolució del benefici net, la rendibilitat econòmica (ROA), la rendibilitat financera (ROE) i l'estabilitat general dels resultats financers.

Cada exercici anual s'ha classificat en tres nivells de rendiment financer: alt, mitjà o baix. Posteriorment, s'ha assignat una puntuació global entre 1 i 3 punts segons la combinació de nivells observada durant els quatre anys analitzats, incorporant valors intermedis per representar les situacions mixtes entre categories.

Addicionalment, s'ha aplicat una penalització general de 0,10 punts en aquelles empreses amb una evolució financera negativa al llarg pel període. A més, en els casos on diverses empreses obtenien la mateixa puntuació global, s'ha incorporat un ajust complementari de 0,05 punts per aquelles amb una evolució menys estable dels indicadors financers, amb l'objectiu d'establir una classificació final més precisa.



Gràfic 4. Distribució dels nivell de rendibilitat financera de les empreses analitzades durant el període 2021-2024. Font: *Elaboració pròpia a partir de la base de dades SABI (2021-2024).*

L'anàlisi comparativa del rendiment financer de les empreses analitzades mostra diferències significatives en la capacitat de generar beneficis, mantenir nivells de rendibilitat positius i consolidar estructures financeres estables durant el període 2021-2024.

Les empreses amb un nivell de rendibilitat alt o mitjà-alt comparteixen diverses característiques comunes relacionades amb l'estabilitat financera i la consolidació empresarial. En aquests casos, s'observa una capacitat més elevada per mantenir beneficis positius de forma continuada, així com rendibilitats estables durant el període analitzat. També presenten una evolució positiva de facturació de forma sostinguda, i una millor capacitat per transformar el creixement de les vendes en rendibilitat real. A escala estructural, aquestes empreses acostumen a disposar d'un pes més elevat en fons propis, una menor dependència de finançament extern i una estructura financera més equilibrada. Dins d'aquest grup, destaca ISDIN per la seva elevada capacitat de generar beneficis i per presentar els indicadors financers més sòlids i estables de tota la mostra.

En el nivell mitjà, se situen empreses que, tot i mantenir resultats positius durant gran part del període, presenten una evolució menys estables i més limitacions relacionades amb la liquiditat, la tresoreria o la gestió del circulat. En aquests casos, les variacions del benefici net afecten directament els nivells de rendibilitat, generant algunes fluctuacions en els indicadors financers. Malgrat aquestes limitacions, aquestes empreses continuen mostrant una estructura empresarial relativament consolidada i una capacitat moderada per mantenir nivells positius de rendibilitat.

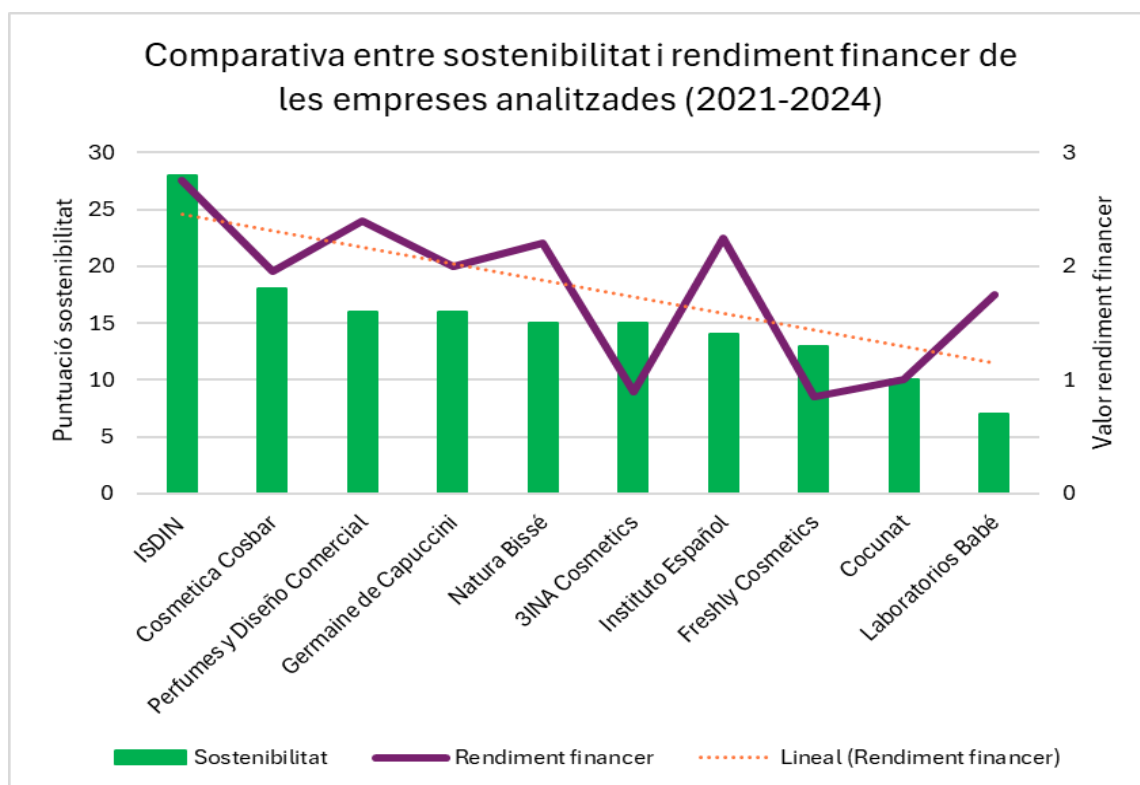
Per acabar, les empreses classificades amb un nivell de rendibilitat baix comparteixen dificultats importants per consolidar beneficis i mantenir una estructura financera equilibrada. Encara que en alguns exercicis s'observa un increment de la facturació, aquestes empreses continuen presentant dificultats per generar beneficis i mantenir-se en nivells positius de rendibilitat durant gran part del període analitzat.

Aquestes empreses presenten valors negatius del ROA i ROE, fet que reflecteix una baixa capacitat per generar retorn sobre els actius i els recursos propis. A més, acostumen a mostrar una dependència més gran del finançament extern, tensions de liquiditat i una estructura financera més vulnerable.

En conclusió, els resultats reflecteixen que les empreses amb estructures financeres més consolidades i amb més estabilitat en la generació de beneficis tendeixen a obtenir nivells de rendibilitat més elevats i sostinguts al llarg del temps. Mentre que les empreses emergents o amb estructures més inestables presenten dificultats més grans per consolidar resultats financers positius.

7. CONCLUSIONS

7.1 Relació entre sostenibilitat i rendiment financer



Gràfic 5. Relació entre sostenibilitat i rendiment financer de les empreses analitzades (2021-2024). Font: *Elaboració pròpia a partir de dades corporatives i de la base de dades SABI (2021-2024).*

Els resultats obtinguts permeten observar que, de manera general, la hipòtesi plantejada tendeix a complir-se parcialment dins de la mostra analitzada. Les empreses amb millor rendiment financer acostumen també a presentar nivells més elevats de sostenibilitat, especialment incloent certificacions, informació verificable, objectius mesurables i una estructura ESG més consolidada.

Aquesta relació es pot vincular, en part, al grau de consolidació empresarial. Les empreses amb una estructura financera més sòlida i una major estabilitat econòmica disposen de més recursos per incorporar iniciatives sostenibles, adaptar-se a les normatives del sector i desenvolupar eines de seguiment, transparència i validació externa sense comprometre la seva situació financera. En aquests casos, la sostenibilitat no es limita únicament a la comunicació corporativa, sinó que tendeix a integrar-se de manera més transversal dins de l'activitat i l'estratègia empresarial.

El cas més representatiu es ISDIN, que destaca tant en sostenibilitat com en rendiment financer. L'empresa presenta una estructura ESG bastant desenvolupada, informació comparable durant diversos anys, objectius definits i una elevada capacitat per generar beneficis. Aquest resultat reforça la idea de que les empreses amb major consolidació i estabilitat financera poden incorporar la sostenibilitat de forma més estructurada i verificable.

També s'identifica un grup d'empreses com Natura Bissé, Germaine de Capuccini i Cosmètica Cosbar, que presenten una situació intermèdia tant en sostenibilitat com en rendiment financer. Aquestes organitzacions incorporen progressivament iniciatives relacionades amb el *packaging*, la reducció d'impactes ambientals o la responsabilitat corporativa, però amb un menor nivell de verificació, consolidació i seguiment respecte a ISDIN. A nivell financer, es mantenen en una situació relativament estable amb certes oscil·lacions puntuals en la rendibilitat i els resultats del període analitzat.

En canvi, en diverses empreses emergents de la mostra s'observa la sostenibilitat més vinculada al posicionament de marca i a la imatge corporativa. Tot i incorporar discursos relacionats sobre la cosmètica natural, productes vegans, *cruelty free* o *packaging* sostenible, sovint no disposen de certificacions externes, objectius quantificables o informació verificable suficient per consolidar aquestes pràctiques dins d'una estratègia sostenible estructurada.

A més, els resultats financers mostren que aquesta orientació sostenible es basa principalment en la comunicació i no garanteix necessàriament una millora en el rendiment econòmic. Empreses com Freshly Cosmetics, 3INA o Cocunat presenten una elevada presència de sostenibilitat dins de la seva imatge corporativa, però continuen mostrant dificultats per generar beneficis i mantenir-se en nivells positius de rendibilitat durant el període analitzat. Això podria indicar que la sostenibilitat, per si sola, no és suficient per assegurar un millor rendiment financer si no va acompanyada d'una estructura empresarial consolidada i una bona gestió financera.

La relació entre sostenibilitat i rendiment financer no es produeix de manera homogènia en totes les empreses analitzades. S'identifiquen casos com Perfumes y Diseño Comercial, Instituto Español o Laboratorios Babé, que presenten nivells financers relativament favorables sense destacar especialment en sostenibilitat respecte les altres empreses de la mostra. En el cas de Laboratorios Babé, aquesta diferència és encara més evident, ja que presenta el nivell de sostenibilitat més reduït de la mostra tot mantenint una situació financera estable i una evolució positiva dels resultats en els últims exercicis.

Això evidencia que una bona situació financera no implica necessàriament un alt nivell d'integració sostenible, sinó que factors com la dimensió empresarial, l'antiguitat al mercat, el model de negoci o les prioritats estratègiques també condicionen el desenvolupament de la sostenibilitat dins de l'empresa.

En general, els resultats obtinguts mostren que la relació entre sostenibilitat i rendiment financer dins de les empreses analitzades és parcial i desigual. Tot i que algunes de les organitzacions amb millors resultats financers també presenten estructures sostenibles més desenvolupades, aquesta relació no és manté de manera homogènia en tota la mostra, ja que cada empresa incorpora la sostenibilitat amb un nivell d'integració, objectius i estratègies diferents.

7.2 Conclusiones generals de l'estudi

La sostenibilitat ha adquirit una importància creixent dins del sector cosmètic en els darrers anys, especialment com a conseqüència de l'augment d'exigències normatives, la preocupació mediambiental i els canvis en els hàbits de consum. Actualment, els consumidors valoren cada vegada més aspectes relacionats amb la transparència, l'origen dels productes, les certificacions o l'impacte ambiental de les empreses, fet que ha impulsat a moltes organitzacions del sector a incorporar iniciatives sostenibles dins de la seva activitat i comunicació corporativa.

Els resultats de l'estudi mostren que el nivell d'integració sostenible continua sent desigual entre les empreses analitzades. Mentre que algunes organitzacions disposen d'estructures ESG més desenvolupades i informació transparent, altres presenten iniciatives sostenibles més limitades o principalment orientades a la comunicació corporativa i al posicionament de marca.

A nivell general, l'anàlisi realitzada permet concloure que les empreses amb una situació financera més estable i consolidada tendeixen a integrar la sostenibilitat d'una forma més estructural dins de la seva estratègia empresarial. En canvi, les empreses emergents mostren una sostenibilitat més vinculada a la comunicació corporativa o al màrqueting, sense disposar sempre d'eines suficients de verificació, seguiment o consolidació sostenible. Tot i això, la relació entre sostenibilitat i rendiment financer no és absoluta ni homogènia, ja que cada empresa presenta característiques, estratègies i models de negoci diferents.

Aquest treball aporta una visió del sector cosmètic espanyol a partir de l'anàlisi conjunta de la sostenibilitat i el rendiment financer de deu empreses entre els anys 2021 i 2024. A més, la creació d'una metodologia pròpia de classificació financera i l'elaboració de

fitxes comparatives, que han permès representar les diferències observades entre organitzacions i facilitar la interpretació global dels resultats.

Finalment, els resultats obtinguts permeten concloure que la sostenibilitat i el rendiment financer són variables relacionades, però no necessàriament dependents entre si. En general, les empreses amb una estructura financera més sòlida tendeixen també a presentar pràctiques sostenibles més desenvolupades, verificables i integrades dins de la seva estratègia empresarial.

Tot i això, la sostenibilitat per si sola no garanteix una millora del rendiment financer. En diversos casos, la presència d'iniciatives sostenibles centrades principalment en la comunicació corporativa o el posicionament de marca no es tradueix en una major rendibilitat ni en una situació financera més favorable. Això suggereix que la sostenibilitat pot actuar com un element de suport al desenvolupament empresarial, però difícilment com un factor suficient per assegurar resultats econòmics positius de manera independent.

7.3 Limitacions i futures línies d'investigació

Tot i els resultats obtinguts, aquest estudi també presenta diverses limitacions metodològiques que cal tenir en compte per interpretar l'anàlisi realitzada.

En primer lloc, l'estudi es centra principalment en la dimensió ambiental de la sostenibilitat, deixant en segon pla altres aspectes vinculats als criteris ESG, com els factors socials i de governança. Aquesta decisió respon principalment a la dificultat d'obtenir informació homogènia, comparable i verificable de totes les empreses analitzades.

També cal destacar les limitacions relacionades amb la disponibilitat i transparència de la informació corporativa i sostenible. No totes les empreses publiquen el mateix nivell de detall sobre les seves pràctiques sostenibles, fet que dificulta la comparació completa entre organitzacions i condiona, en part, l'anàlisi realitzada.

D'altra banda, inicialment es va plantejar un anàlisi específica del valor de marca i de les estratègies de màrqueting vinculades a la sostenibilitat, però finalment aquesta línia no es va desenvolupar, ja que requeria d'una investigació més extensa. Per aquest motiu, es considera una possible línia d'investigació futura, igual que un anàlisi més profund de la sostenibilitat des d'altres criteris ESG diferents a la dimensió ambiental.

Per últim, la mostra es limitada i no representa tota la diversitat existent dins del sector cosmètic espanyol. Tot i que les empreses analitzades permeten observar diferents models de negoci i nivells d'integració sostenible, altres mostres podrien donar lloc a resultats diferents o més representatius.

Malgrat aquestes limitacions, la metodologia aplicada ha permès obtenir una visió comparativa del nivell de sostenibilitat i del rendiment financer de les empreses analitzades, així com identificar diverses tendències i diferències rellevants dins del sector cosmètic espanyol.

8. REFERÈNCIES BLIBIOGRÀFIQUES

ACCIÓ Agència per la Competitivitat de l'Empresa. (2008). *Informe anual de l'R+D i la Innovació a Catalunya 2008*. Generalitat de Catalunya. <https://www.accio.gencat.cat/ca/serveis/banc-coneixement/cercador/BancConeixement/eic-informe-anual-del-rd-i-la-innovacio-a-catalunya-2008>

AEMPS. (2023). *Garantías sanitarias de los productos cosméticos*. Información Institucional. <https://www.aemps.gob.es/cosmeticos/garantias-sanitarias-de-los-productos-cosmeticos/>

AENOR. (2026). *Certificación ISO 14001 gestión ambiental* [Certificación ambiental]. AENOR. <https://www.aenor.com/certificacion/empresas/medio-ambiente/gestion-ambiental>

Al-Tuwaijri, S. A., Christensen, T. E., & Hughes II, K. E. (2004). *Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0361368207000451>

B Lab. (s.f.). *B Corporation Certification* [Certificación empresarial]. B Lab. B Lab Global. <https://www.bcorporation.net/en-us/>

Bio VidaSana. (2023). *Certificación de cosmética BioVidaSana* [BioVidaSana]. Asociación Vida Sana. Certificación de cosmética BioVidaSana. <https://cosmeticabiovidasana.org/certificacion/>

Boletín Oficial del Estado (BOE). (2009). *BOE.es*. BOE. Legislación Europea. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2009-82517>

Bozza, A., Campi, C., Garelli, S., Ugazio, E., & Battaglia, L. (2022). Current regulatory and market frameworks in green cosmetics: The role of certification. *Sustainable Chemistry and Pharmacy*, 30, 100851. <https://doi.org/10.1016/j.scp.2022.100851>

Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de España. (2004). *Rentabilidad empresarial* (Servicios de Estudios). Cámaras de Comercio.

Carbon Neutral Plus. (s.f.). *CARBON NEUTRAL Plus* [Neutralidad de carbono]. Carbon Neutral Plus. <https://www.carbonneutralplus.com/>

Comisión Europea. (2019). *El Pacto Verde Europeo* [Información Institucional]. Comisión Europea. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_es

Comissió Europea. (2025, febrer 11). *Envases y residuos de envases (a partir de 2026)* | EUR-Lex. <https://eur-lex.europa.eu/ES/legal-content/summary/packaging-and-packaging-waste-from-2026.html>

Cosmetics Europe. (2024). *Our Industry* [Información sectorial]. Cosmetics Europe. <https://cosmeticseurope.eu/our-industry/>

COSMOS standard AISBL. (2023). *COSMOS CERTIFICACIÓN* [Certifiación cosmética]. COSMOS standard AISBL. COSMOS standard. <https://www.cosmos-standard.org/es/certificacion/cosmos-certification/>

Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The Drivers of Greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64-87. <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.54.1.64>

Ecocert. (2023). *Certificaciones y etiquetas en cosmética (ecológica y natural)* [Información corporativa]. Ecocert. Ecocert. <https://www.ecocert.com/es/sectores-comerciales/cosmeticos>

Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21 st Century Business*. Capstone Publishing.

European Commision. (2019). *Corporate sustainability and responsibility*. https://single-market-economy.ec.europa.eu/industry/sustainability/corporate-sustainability-and-responsibility_en

European Commision. (2023). *Commission Regulation (EU) 2023/2055—Restriction of microplastics intentionally added to products—Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs*. https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/chemicals/reach/restrictions/commission-regulation-eu-20232055-restriction-microplastics-intentionally-added-products_en

Grober, U. (2007). *Deep roots: A conceptual history of sustainable development (Nachhaltigkeit)*. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB).

International Energy Agency. (2023). *Resumen ejecutivo – World Energy Outlook 2023 – Analysis*. International Energy Agency. IEA. <https://www.iea.org/reports/world-energy-outlook-2023/executive-summary>

Leaping Bunny. (2023). *The Corporate Standard of Compassion For Animals* [Certifiación cruelty free]. Coalition for Consumer Information on Cosmetics (CCIC). Leaping Bunny. <https://www.leapingbunny.org/about/corporate-standard-compassion-animals-standard>

McKinsey & Company. (2020). *The ESG premium: New perspectives on value and performance*. <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/Sustainability/Our%20Insights/The%20ESG%20premium%20New%20perspectives%20on%20value%20and%20performance/The-ESG-premium-New-perspectives-on-value-and-performance.ashx>

Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., & Behrens, W. W. (1972). *Limits to Growth* (Universe Books).

Mensah, J. (2019). Sustainable development: Meaning, history, principles, pillars, and implications for human action: Literature review. *Cogent Social Sciences*, 5(1), 1653531. <https://doi.org/10.1080/23311886.2019.1653531>

Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. (2020). *Estrategia de sostenibilidad para las sustancias químicas*. Gobierno de España. https://www.miteco.gob.es/content/dam/miteco/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/economia-circular/estrategiadesostenibilidadparalassustanciasquimicas_tcm30-527273.pdf

Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. (sf). *REGLAMENTO REACH* [Información Institucional]. Gobierno de España. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. <https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/productos-quimicos/reglamento-reach.html>

Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. (s.f.). *Sistema Comunitario de Gestión y Auditoría Medioambientales (EMAS)* [Gestión ambiental]. Gobierno de España. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. <https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/sistema-comunitario-de-ecogestion-y-ecoauditoria-emas.html>

Nacions Unides. (2015). *Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development* | Department of Economic and Social Affairs. <https://sdgs.un.org/2030agenda>

NATURE. (2023). *¿Por qué escoger el sello NATRUE?* [Certificación cosmética]. NATURE. <https://natrue.org/es/advocacy-and-research/por-que-escoger-el-sello-natrue/>

NilsenIQ. (2025, abril 23). Wellness Meets Sustainability: The Future of Conscious Consumerism. *NIQ*. <https://nielseniq.com/global/en/insights/infographic/2025/wellness-meets-sustainability-the-future-of-conscious-consumerism/>

Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. (2003). *Corporate Social and Financial Performance: A Meta-Analysis*. 24(3). <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0170840603024003910>

Pacto Mundial ONU España. (2024). *Sostenibilidad empresarial | Pacto Mundial ONU España*. *Pacto Mundial*. https://www.pactomundial.org/sostenibilidad-empresarial/?gad_source=1&gad_campaignid=21301486713&gbraid=0AAAAA9e9AzhnzAvvd77Voqp0QtMkxxiZL&gclid=CjwKCAjw5ZXQBhBdEiwAI5XVWQ6oJK_5AE8E3JBCrbQQbkzCXwSCP47g7cyGiC-TcXB4NnlnMBL4QhoCXfoQAvD_BwE

PETA. (s.f.). *About PETA's Ultimate Cruelty-Free List* [Cruelty free]. People for the Ethical Treatment of Animals. PETA. <https://www.peta.org/lifestyle/personal-care-fashion/petas-ultimate-cruelty-free-list/>

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.

STANPA. (2025a, gener 22). Las exportaciones españolas de perfumería y cosmética experimentan un crecimiento récord del 23% en los diez primeros meses de 2024, hasta los 7.410 millones de euros. *STANPA | Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética*. <https://www.stanpa.com/noticia/las-exportaciones-espanolas-de-perfumeria-y->

cosmetica-experimentan-un-crecimiento-record-del-23-en-los-diez-primeros-meses-de-2024-hasta-los-7-410-millones-de-euros/

STANPA. (2025b, abril 3). La cosmética y el perfume crecen un 7,7% y superan los 11.200 millones € de consumo en España. *STANPA | Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética*. <https://www.stanpa.com/notas-de-prensa/la-cosmetica-y-el-perfume-crecen-un-77-y-superan-los-11-200-me-de-consumo-en-espana/>

STANPA. (s.f.). *Sustainability LAB*. STANPA. STANPA | Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética. <https://www.stanpa.com/innovacion-y-ciencia/sustainability-lab/>

Statista. (2024). *Breakdown of the cosmetic market worldwide by geographic zone 2025*. Statista. Statista. <https://www.statista.com/statistics/243959/breakdown-of-the-cosmetic-market-worldwide-by-geographic-zone/>

UNEP. (2015, maig 31). *Plástico en cosméticos. ¿Estamos contaminando el medio ambiente a través de nuestro cuidado personal?* | PNUMA - Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. <https://www.unep.org/resources/report/plastic-cosmetics-are-we-polluting-environment-through-our-personal-care>

UNEP. (2021). *From Pollution to Solution*. United Nations Environment Programme. <https://www.unep.org/resources/pollution-solution-global-assessment-marine-litter-and-plastic-pollution>

Waterman, P. (1998). *Malthus, mathematics, and the myt of scarcity*.

Wood, D. J. (1991). Corporate Social Performance Revisited. *Corporate Social Performance Revisited*, 16(4). <https://doi.org/10.5465/amr.1991.4279616>

World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future*. Oxford University Press.

9. ANNEXOS

A. Desenvolupament teòric complementari

Evolució del concepte de sostenibilitat empresarial (cronologia)

Orígens del concepte

Hans Carl von Carlowitz (1713) és considerat una de les primeres figures clau en el desenvolupament del concepte de sostenibilitat. L'any 1713 va publicar la seva obra *Sylvicultura oeconomica*, en la qual introdueix el terme alemany *Nachhaltigkeit*, fent referència, per primera vegada, a la idea d'una gestió racional dels recursos forestals i a la necessitat de garantir-ne l'ús continuat dels boscos al llarg del temps (Groober, 2007).

L'obra explica com, en aquella època, la fusta era un recurs essencial per al desenvolupament econòmic, però començava a escassejar. L'activitat de la indústria minera havia provocat una explotació intensiva dels boscos, a un ritme de tala molt superior a la seva capacitat de regeneració natural. Davant aquesta situació, Carlowitz proposa incrementar la plantació d'arbres i millorar la gestió dels recursos, evitant-ne la sobreexplotació (Warde, 2018).

Aquesta aportació representa un dels primers intents de conciliar l'activitat econòmica amb la preservació del medi, i va influir de manera significativa en el desenvolupament posterior del concepte modern de sostenibilitat.

Thomas Robert Malthus (1798) aporta una de les primeres reflexions sobre els límits del creixement en relació amb els recursos disponibles. En la primera edició del seu assaig *An Essay on the Principle of Population*, defensa que la població tendeix a créixer de forma geomètrica, mentre que la producció d'aliments ho fa de manera aritmètica, fet que genera un desequilibri entre població i recursos (Waterman, 1998).

La teoria de Malthus predeia l'existència de mecanismes naturals de regulació que actuarien per frenar el creixement de la població, un fenomen que es coneix com "catàstrofe malthusiana". Aquests mecanismes inclouen fenòmens com guerres, epidèmies o crisis alimentàries, que es produirien quan els recursos disponibles fossin insuficients per sostenir a tota la població. (Petersen, 1979).

Tot i que les seves prediccions no es va complir, a causa dels avenços tecnològics i dels canvis demogràfics, factors que l'autor no va tenir en compte, la seva aportació és clau per introduir la idea de que el creixement està condicionat pels límits dels recursos naturals (Mensah, 2019).

Consolidació del desenvolupament sostenible

El Club de Roma (1972) va ser una organització formada per un grup de científics, economistes i polítics, de diversos països, amb l'objectiu d'analitzar els canvis mediambientals i socioeconòmics derivats de l'activitat humana a escala global.

L'any 1972 van publicar l'informe *The Limits to Growth*, elaborat per un equip d'investigadors del MIT¹, basat en una simulació informàtica coneguda com el Model World3, que analitza com el creixement de la població i de l'economia afectaran als límits ecològics del planeta durant els pròxims 100 anys (Meadows et al., 1972).

La principal conclusió de l'estudi és que el creixement del planeta es limitat, ja que el recursos naturals son finits. Segons el model, si es mantenen aquestes tendències, es produiria un esgotament progressiu dels recursos que acabaria provocant un col·lapse de la producció i la reducció de la població. (Meadows et al., 1972).

Aquest informe va tenir gran impacte internacional i va contribuir de manera decisiva a consolidar la idea que el desenvolupament econòmic ha de tenir en compte el límits ecològics del planeta (Mensah, 2019).

Brundtland (1987) va publicar l'informe *Our Common Future*, elaborat per la Comissió Mundial sobre el Medi Ambient i el Desenvolupament de les Nacions Unides, que va suposar la primera definició formal del concepte de desenvolupament sostenible.

En aquest document es defineix per primera vegada, de manera formal, el concepte desenvolupament sostenible com aquell que satisfà les necessitats del present sense comprometre la capacitat de les generacions futures per satisfer les seves pròpies necessitats (World Commission on Environment and Development, 1987).

L'informe Brundtland s'estructura en tres capítols, on s'analitzen les principals problemàtiques globals derivades dels models de producció i consum existents, i posa de manifest la necessitat d'introduir canvis per evitar conseqüències negatives a llarg termini. Així mateix, es planteja la necessitat d'establir límits i responsabilitats compartides a escala global per garantir la preservació dels recursos i el benestar de les generacions futures.

Integració en l'àmbit empresarial

Elkington (1997) va introduir el concepte de Triple Bottom Line en la seva obra *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*, en la qual l'autor planteja que el rendiment empresarial no s'ha de mesurar únicament a partir dels

¹ MIT: Massachusetts Institute of Technology, considerada una de les institucions acadèmiques de referència en àmbits com l'enginyeria, l'economia i la modelització matemàtica.

resultats econòmics, sinó també tenint en compte l'impacte social i ambiental de l'activitat de l'empresa.

Elkington defensa que les empreses han d'assumir responsabilitats davant els seus diferents grups d'interés (*stakeholders*), no només en relació amb els beneficis obtinguts, sinó també en aspectes com les condicions laborals, el respecte per els drets humans o l'impacte ambiental que genera la seva activitat. En aquest sentit, proposa avaluar el rendiment empresarial des de tres dimensions: la econòmica, la social i la ambiental (Elkington, 1997).

Aquest aportació va suposar un canvi rellevant en la manera d'entendre el benefici empresarial, integrant-lo dins d'una visió més global i sostenible. En l'actualitat el Triple Bottom Line continua sent una referència en l'àmbit empresarial, ja que permet a les organitzacions millorar la seva reputació i generar confiança als seus grups d'interès a través d'una gestió més responsable i equilibrada.

Porter & Kramer (2011) van publicar l'article *Creating Shared Value* a la revista *Harvard Business Review*. En aquest text, els autors introdueixen el concepte valor compartit (*shared value*), defensant que les empreses han de generar beneficis econòmics alhora que contribueixen positivament al progrés social (Porter & Kramer, 2011).

Els autors argumenten que la sostenibilitat no s'ha de limitar a accions puntuals o polítiques de responsabilitat social corporativa, sinó que s'ha d'integrar dins de l'estratègia de negoci. Per exemple, l'optimització i l'eficiència dels processos productius per reduir residus, poden disminuir costos i, al mateix temps, reduir l'impacte ambiental de l'empresa.

Aquest enfocament ha tingut una influència significativa en la manera d'entendre la sostenibilitat empresarial, ja que la vincula directament amb la creació de valor i la competitivitat. D'aquesta manera, la sostenibilitat passa a formar part de l'estratègia empresarial i es consolida com un element clau per al rendiment a llarg termini.

Les Nacions Unides (2015) van adoptar *l'Agenda 2030 pel Desenvolupament Sostenible*, un pla d'acció global orientat a promoure el benestar de les persones, la protecció del planeta i el creixement sostenible, així com reforçar la pau universal i l'accés a la justícia (United Nations, 2015).

Aquest pla concreta els anomenats Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS), un conjunt de 17 objectius que busquen reduir les desigualtats, protegir el medi ambient

i garantir un desenvolupament més equilibrat. Aquests objectius estableixen metes específiques que orienten tant les decisions polítiques com, progressivament, les decisions empresarials.

Actualment, el compliment dels ODS continua sent un repte global, especialment davant de la proximitat de la data límit de l'any 2030. Aquest fet incrementa la pressió sobre els governs, les institucions i les empreses per accelerar la implementació de mesures concretes que permetin avançar cap als objectius fixats.

En aquest context, les iniciatives recents continuen reforçant aquest compromís global i posen de manifest la necessitat d'adaptar els models de desenvolupament als nous reptes socials i tecnològics del segle XXI (United Nations, 2024). Així, la sostenibilitat es consolida com un element central en la presa de decisions, no només a nivell institucional, sinó també en l'àmbit empresarial, on cada vegada té més pes en la definició d'estratègies i en la manera de generar valor a llarg termini.

B. Taules completes d'avaluació sostenibilitat i gràfics

Els arxius Excel complets utilitzats per l'elaboració de les taules i gràfics de la part sostenible es poden consultar a través del següent enllaç:

[Fitxa avaluació sostenibilitat.xlsx](#)

C. Taules completes d'anàlisi financera i gràfics

Els arxius Excel complets corresponents a l'anàlisi financera es poden consultar a través del següent enllaç:

[Fitxa avaluació rendiment financer.xlsx](#)

ÍNDEX ANNEXOS

A. Desenvolupament teòric complementari.....	1
B. Taules completes d'avaluació sostenibilitat i gràfics.....	4
C. Taules completes d'anàlisi financera i gràfics	4

A. Desenvolupament teòric complementari

Orígens del concepte

Hans Carl von Carlowitz (1713) és considerat una de les primeres figures clau en el desenvolupament del concepte de sostenibilitat. L'any 1713 va publicar la seva obra *Sylvicultura oeconomica*, en la qual introdueix el terme alemany *Nachhaltigkeit*, fent referència, per primera vegada, a la idea d'una gestió racional dels recursos forestals i a la necessitat de garantir-ne l'ús continuat dels boscos al llarg del temps (Groober, 2007).

L'obra explica com, en aquella època, la fusta era un recurs essencial per al desenvolupament econòmic, però començava a escassejar. L'activitat de la indústria minera havia provocat una explotació intensiva dels boscos, a un ritme de tala molt superior a la seva capacitat de regeneració natural. Davant aquesta situació, Carlowitz proposa incrementar la plantació d'arbres i millorar la gestió dels recursos, evitant-ne la sobreexplotació (Warde, 2018).

Aquesta aportació representa un dels primers intents de conciliar l'activitat econòmica amb la preservació del medi, i va influir de manera significativa en el desenvolupament posterior del concepte modern de sostenibilitat.

Thomas Robert Malthus (1798) aporta una de les primeres reflexions sobre els límits del creixement en relació amb els recursos disponibles. En la primera edició del seu assaig *An Essay on the Principle of Population*, defensa que la població tendeix a créixer de forma geomètrica, mentre que la producció d'aliments ho fa de manera aritmètica, fet que genera un desequilibri entre població i recursos (Waterman, 1998).

La teoria de Malthus predeia l'existència de mecanismes naturals de regulació que actuarien per frenar el creixement de la població, un fenomen que es coneix com "catàstrofe malthusiana". Aquests mecanismes inclouen fenòmens com guerres, epidèmies o crisis alimentàries, que es produirien quan els recursos disponibles fossin insuficients per sostenir a tota la població. (Petersen, 1979).

Tot i que les seves prediccions no es va complir, a causa dels avenços tecnològics i dels canvis demogràfics, factors que l'autor no va tenir en compte, la seva aportació és clau per introduir la idea de que el creixement esta condicionat pels límits dels recursos naturals (Mensah, 2019).

Consolidació del desenvolupament sostenible

El Club de Roma (1972) va ser una organització formada per un grup de científics, economistes i polítics, de diversos països, amb l'objectiu d'analitzar els canvis mediambientals i socioeconòmics derivats de l'activitat humana a escala global.

L'any 1972 van publicar l'informe *The Limits to Growth*, elaborat per un equip d'investigadors del MIT¹, basat en una simulació informàtica coneguda com el Model World3, que analitza com el creixement de la població i de l'economia afectaran als límits ecològics del planeta durant els pròxims 100 anys (Meadows et al., 1972).

La principal conclusió de l'estudi és que el creixement del planeta es limitat, ja que el recursos naturals son finits. Segons el model, si es mantenen aquestes tendències, es produiria un esgotament progressiu dels recursos que acabaria provocant un col·lapse de la producció i la reducció de la població. (Meadows et al., 1972).

Aquest informe va tenir gran impacte internacional i va contribuir de manera decisiva a consolidar la idea que el desenvolupament econòmic ha de tenir en compte el límits ecològics del planeta (Mensah, 2019).

Brundtland (1987) va publicar l'informe *Our Common Future*, elaborat per la Comissió Mundial sobre el Medi Ambient i el Desenvolupament de les Nacions Unides, que va suposar la primera definició formal del concepte de desenvolupament sostenible.

En aquest document es defineix per primera vegada, de manera formal, el concepte desenvolupament sostenible com aquell que satisfà les necessitats del present sense comprometre la capacitat de les generacions futures per satisfer les seves pròpies necessitats (World Commission on Environment and Development, 1987).

L'informe Brundtland s'estructura en tres capítols, on s'analitzen les principals problemàtiques globals derivades dels models de producció i consum existents, i posa

¹ MIT: Massachusetts Institute of Technology, considerada una de les institucions acadèmiques de referència en àmbits com l'enginyeria, l'economia i la modelització matemàtica.

de manifest la necessitat d'introduir canvis per evitar conseqüències negatives a llarg termini. Així mateix, es planteja la necessitat d'establir límits i responsabilitats compartides a escala global per garantir la preservació dels recursos i el benestar de les generacions futures.

Integració en l'àmbit empresarial

Elkington (1997) va introduir el concepte de Triple Bottom Line en la seva obra *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*, en la qual l'autor planteja que el rendiment empresarial no s'ha de mesurar únicament a partir dels resultats econòmics, sinó també tenint en compte l'impacte social i ambiental de l'activitat de l'empresa.

Elkington defensa que les empreses han d'assumir responsabilitats davant els seus diferents grups d'interés (*stakeholders*), no només en relació amb els beneficis obtinguts, sinó també en aspectes com les condicions laborals, el respecte per els drets humans o l'impacte ambiental que genera la seva activitat. En aquest sentit, proposa avaluar el rendiment empresarial des de tres dimensions: la econòmica, la social i la ambiental (Elkington, 1997).

Aquest aportació va suposar un canvi rellevant en la manera d'entendre el benefici empresarial, integrant-lo dins d'una visió més global i sostenible. En l'actualitat el Triple Bottom Line continua sent una referència en l'àmbit empresarial, ja que permet a les organitzacions millorar la seva reputació i generar confiança als seus grups d'interès a través d'una gestió més responsable i equilibrada.

Porter & Kramer (2011) van publicar l'article *Creating Shared Value* a la revista *Harvard Business Review*. En aquest text, els autors introdueixen el concepte valor compartit (*shared value*), defensant que les empreses han de generar beneficis econòmics alhora que contribueixen positivament al progrés social (Porter & Kramer, 2011).

Els autors argumenten que la sostenibilitat no s'ha de limitar a accions puntuals o polítiques de responsabilitat social corporativa, sinó que s'ha d'integrar dins de l'estratègia de negoci. Per exemple, l'optimització i l'eficiència dels processos productius per reduir residus, poden disminuir costos i, al mateix temps, reduir l'impacte ambiental de l'empresa.

Aquest enfocament ha tingut una influència significativa en la manera d'entendre la sostenibilitat empresarial, ja que la vincula directament amb la creació de valor i la

competitivitat. D'aquesta manera, la sostenibilitat passa a formar part de l'estratègia empresarial i es consolida com un element clau per al rendiment a llarg termini.

Les Nacions Unides (2015) van adoptar *l'Agenda 2030 pel Desenvolupament Sostenible*, un pla d'acció global orientat a promoure el benestar de les persones, la protecció del planeta i el creixement sostenible, així com reforçar la pau universal i l'accés a la justícia (United Nations, 2015).

Aquest pla concreta els anomenats Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS), un conjunt de 17 objectius que busquen reduir les desigualtats, protegir el medi ambient i garantir un desenvolupament més equilibrat. Aquests objectius estableixen metes específiques que orienten tant les decisions polítiques com, progressivament, les decisions empresarials.

Actualment, el compliment dels ODS continua sent un repte global, especialment davant de la proximitat de la data límit de l'any 2030. Aquest fet incrementa la pressió sobre els governs, les institucions i les empreses per accelerar la implementació de mesures concretes que permetin avançar cap als objectius fixats.

En aquest context, les iniciatives recents continuen reforçant aquest compromís global i posen de manifest la necessitat d'adaptar els models de desenvolupament als nous reptes socials i tecnològics del segle XXI (United Nations, 2024). Així, la sostenibilitat es consolida com un element central en la presa de decisions, no només a nivell institucional, sinó també en l'àmbit empresarial, on cada vegada té més pes en la definició d'estratègies i en la manera de generar valor a llarg termini.

B. Taules completes d'avaluació sostenibilitat i gràfics

Els arxius Excel complets utilitzats per l'elaboració de les taules i gràfics de la part sostenible es poden consultar a través del següent enllaç:

[Fitxa avaluació sostenibilitat.xlsx](#)

C. Taules completes d'anàlisi financera i gràfics

Els arxius Excel complets corresponents a l'anàlisi financera es poden consultar a través del següent enllaç:

[Fitxa avaluació rendiment financer.xlsx](#)