

Sostenibilidad y cambio climático: **el papel de las empresas**





Este documento recoge la postura de la Asociación Multinacionales por marca España.
No procede atribuir las medidas propuestas a ninguna empresa de forma concreta. Rogamos
se referan siempre a la organización Multinacionales por marca España en su conjunto.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
Empresa y cambio climático	
España ante los retos del cambio climático	
Las empresas multinacionales y su papel contra el cambio climático	
Propuestas de Multinacionales por marca España	
CASOS DE ÉXITO DE NUESTRAS EMPRESAS	17

INTRODUCCIÓN

El cambio climático es un fenómeno global, tanto por sus causas como por sus efectos inmediatos y requiere de una respuesta multilateral basada en la colaboración de todos los países, el sector privado y el conjunto de la sociedad. Es el problema ambiental más grave al que se enfrenta la humanidad.

Nos encontramos en una situación de emergencia climática que amenaza a los ecosistemas mundiales, comprometiendo el futuro y el bienestar de toda la población.

Nos enfrenta a todos a un reto sin precedentes en los próximos años. Hoy, sabemos que no hay otra alternativa posible, sino avanzar en los cambios necesarios que nos permitan mantener un crecimiento económico sostenible que favorezca el bienestar de la población mundial y la seguridad del planeta. Se necesita una transición urgente hacia un modelo económico respetuoso con el medio ambiente y la protección de la biodiversidad.

Las conclusiones actualizadas de la comunidad científica están recogidas en el informe especial del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC), publicado en octubre de 2018 (1), relativo a los impactos de un calentamiento global de 1,5°C sobre los niveles preindustriales y las sendas de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero para limitar dicho calentamiento. El informe es una nueva referencia para toda la sociedad, y su mensaje es claro en cuanto al origen del calentamiento global. El calentamiento global inducido por las actividades del hombre ha alcanzado en 2017 aproximadamente 1°C sobre el nivel preindustrial. Es mayor en

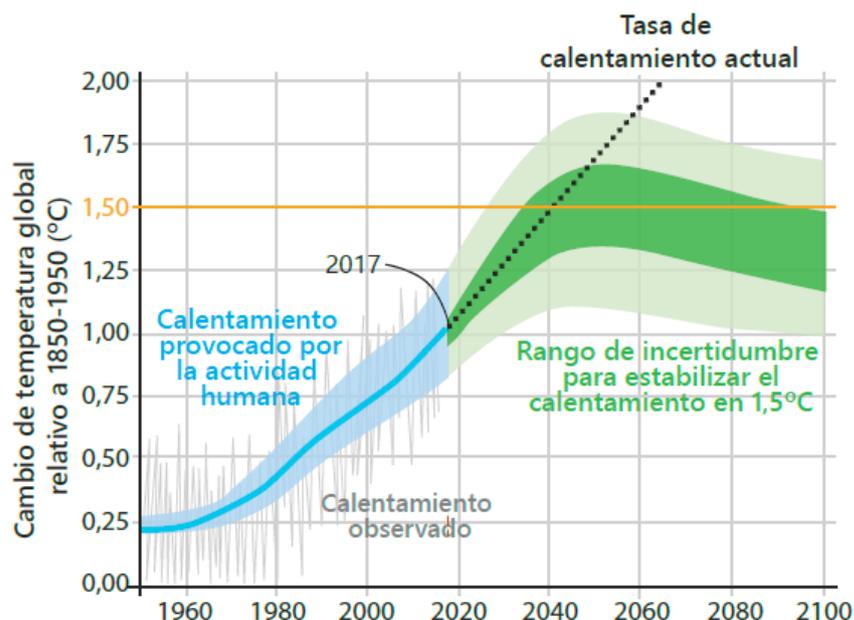


Gráfico 1.- El calentamiento global inducido por el hombre ha alcanzado en 2017 aproximadamente 1°C sobre el nivel preindustrial. Si las emisiones continúan al ritmo actual se alcanzará un calentamiento de 1,5°C alrededor de 2040.

muchas regiones, en particular, en la región ártica donde se sitúa entre el doble y el triple de la media global. Está actualmente aumentando a un ritmo de 0,2°C por década debido a las emisiones pasadas y presentes de gases de efecto invernadero. Dicha publicación señala que, al ritmo actual, el aumento de 1,5°C se alcanzará entre 2030 y 2052. En el caso de España, este aumento de la temperatura es superior a la media en casi 0,5°C.

También apunta que cumplir el objetivo global del Acuerdo de París es posible, pero requiere que se adopten políticas públicas precisas y se realicen inversiones bien orientadas. Los próximos diez años van a ser determinantes para poder tener éxito a la hora de preservar nuestra seguridad. El triunfo de esta batalla dependerá de las acciones de lucha contra el cambio climático que se lleven a cabo desde los Gobiernos, pero también desde el sector privado y el resto de la sociedad.

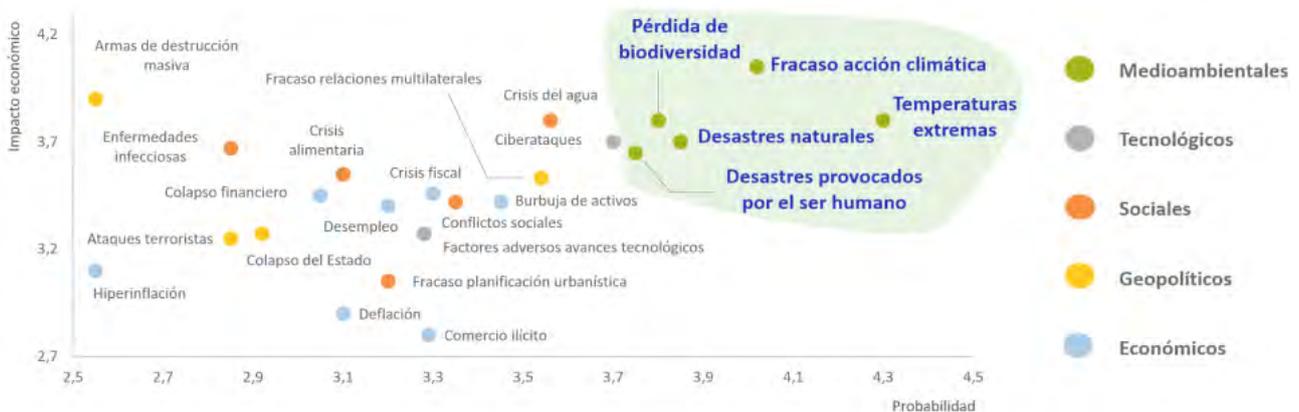
El Global Risks Report 2020 del World Economic Forum (2) plantea que los cinco principales riesgos globales en los próximos 10 años serán riesgos medioambientales, como:

- 1) Fenómenos meteorológicos extremos con grandes daños a la propiedad, la infraestructura y la pérdida de vidas humanas.
- 2) Fracaso de los gobiernos y las empresas en la mitigación y adaptación al cambio climático.
- 3) Daños y catástrofes ambientales provocados por el ser humano, incluidos los delitos ambientales, como los derrames de petróleo y la contaminación radiactiva.
- 4) Pérdida de biodiversidad grave y colapso de los ecosistemas (terrestres o marinos) con consecuencias irreversibles para el medio ambiente, lo que resulta en un grave agotamiento de los recursos tanto para la humanidad como para las industrias.
- 5) Catástrofes naturales graves como terremotos, tsunamis, erupciones volcánicas y tormentas geomagnéticas.

Estos riesgos van a producir un coste social y económico muy importante, poniendo en peligro el desarrollo sostenible de nuestro mundo, tal como lo conocemos hoy.

Principales riesgos globales en los próximos 10 años (WEF)

Puntos



Fuente: Círculo de Empresarios a partir del World Economic Forum Global Risks Perception Survey 2019-2020

Desde los organismos internacionales se recuerda insistentemente la necesidad de responder urgentemente a la amenaza del cambio climático y rectificar la situación actual para poder hacer posible un

SOSTENIBILIDAD Y CAMBIO CLIMÁTICO

EL PAPEL DE LAS EMPRESAS

desarrollo sostenible e inclusivo. La respuesta multilateral se está realizando en el contexto de Naciones Unidas a través de la Convención Marco sobre Cambio Climático. España, participa activamente en este proceso de negociación internacional a través de las reuniones anuales de las Partes de la Convención y del Protocolo de Kioto.

Este llamamiento de Naciones Unidas coincide con las advertencias realizadas por los principales organismos científicos y con la propuesta de la Comisión Europea, y otras muchas organizaciones a nivel mundial, que han fijado como prioritario la lucha contra el cambio climático.

El marco internacional se ha definido en los últimos años: por un lado, el Acuerdo de París de 2015 estableció, entre otros, un compromiso universal que tiene como objetivos globales mantener el incremento de la temperatura media global por debajo de los 2°C respecto a los niveles preindustriales e, incluso si es posible, por debajo de 1,5°C; aumentar la capacidad de adaptación de la sociedad a los efectos adversos del cambio climático y promover la resiliencia; y asegurar la coherencia de los flujos financieros con el nuevo modelo de desarrollo. Adicionalmente, el desarrollo de sus reglas en la Cumbre del Clima, celebrada en diciembre de 2018 en Katowice, Polonia; y la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas crean una agenda global sostenible, que conlleva la transformación del modelo económico y de un nuevo contrato social que traslade el desarrollo y el bienestar a toda la sociedad mundial. Para ello es necesario un cambio profundo en los patrones de crecimiento, unas políticas globales para la descarbonización del planeta, una agenda clara y decidida para su éxito y la necesidad de involucrarse decididamente tanto los organismos internacionales, los gobiernos nacionales y sus administraciones, como las iniciativas privadas y toda la sociedad civil.

Para lograr estos objetivos debemos reducir las emisiones a cero. Lograrlo exige cambios profundos y urgentes en la sociedad, en nuestro modelo de producción y consumo y en la manera en que se legisla. Estamos en periodo de descuento, muy pronto ya no habrá tiempo para corregir el rumbo del planeta, la oportunidad es ahora. El reto es inmenso, hemos de transformar nuestros hábitos para evitar que la Tierra resulte inhabitable para el ser humano.

La OMS (Organización Mundial de la Salud), con motivo de la pandemia, ha aprobado un manifiesto⁽³⁾ en favor de una recuperación saludable de la COVID-19. En él se refleja la necesidad de seguir trabajando por el medio ambiente y su relación de su deterioro con el desarrollo de nuevas pandemias. En el manifiesto se comenta: *“Tratar de ahorrar dinero dejando de lado la protección del medio ambiente, la preparación ante emergencias, los sistemas de salud y las redes de seguridad social ha resultado ser un falso ahorro y ahora lo estamos pagando con creces. El mundo no puede permitirse nuevas catástrofes de la dimensión de la COVID-19, ya sea a causa de la próxima pandemia o por los daños medioambientales y el cambio climático, cada vez más devastadores. Volver a la «normalidad» no es suficiente”*.

“En cuestión de semanas, los gobiernos nacionales se han comprometido a destinar billones de dólares a mantener y, en última instancia, reactivar la actividad económica. Estas inversiones son esenciales para salvaguardar los medios de vida de la población y, por consiguiente, su salud. Sin embargo, la asignación de estas inversiones y las decisiones normativas que orientarán la recuperación tanto a corto como a largo plazo pueden configurar nuestra forma de vida, trabajo y consumo para los próximos años. Esto es especialmente importante en lo que se refiere a sus efectos en la degradación y la contaminación ambientales, y, en particular, en las emisiones de gases de efecto invernadero, que son el origen del calentamiento global y la crisis climática”.

“Las decisiones que se tomen en los próximos meses pueden fijar modalidades de desarrollo económico que causarán daños permanentes y cada vez mayores a los sistemas ecológicos que sostienen la salud humana y

los medios de vida o, si se toman inteligentemente, pueden promover un mundo más saludable, más equitativo y respetuoso con el medio ambiente”.

Entre las recomendaciones relativas al desarrollo de la pandemia, su mitigación y su relación con la conservación del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático están:

- 1) Proteger y preservar la fuente de la salud humana: la naturaleza.
- 2) Invertir en servicios esenciales, desde agua y saneamiento hasta energías no contaminantes en los centros de salud.
- 3) Asegurar una transición energética rápida en pro de la salud.
- 4) Promover sistemas alimentarios sanos y sostenibles.
- 5) Construir ciudades sanas y habitables.
- 6) Dejar de utilizar el dinero de los contribuyentes para financiar la contaminación.

Empresa y cambio climático

Desde el mundo de la empresa, organizaciones, entidades económicas y financieras venimos reiterando mensajes y actividades en la misma dirección: la necesidad de trabajar poniendo en marcha medidas contra el cambio climático y el desarrollo de políticas relacionadas con todos los procesos en las empresas.

Cada vez más empresas se alinean con iniciativas globales cuya visión y enfoque de trabajo les permiten comprometerse y avanzar en la lucha contra el cambio climático.

En todos los acuerdos a nivel internacional que van configurándose sobre los retos globales para el siglo XXI, las empresas y la iniciativa privada son señaladas como una de las partes más importantes e imprescindibles para conseguir los retos y objetivos perseguidos. También en el avance en mitigar los efectos del cambio climático.

Las empresas participan en las iniciativas globales para salvaguardar la diversidad del planeta y su clima. Su vinculación con iniciativas como la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, o el Acuerdo de París sobre el Cambio Climático, resultado de la Conferencia de las Partes (COP 21) celebrada en París en noviembre de 2015, y su entrada en vigor el día 4 de noviembre de 2016, es otro de los grandes hitos en lo que respecta a la agenda global de sostenibilidad y el llamamiento a la acción de las empresas.

Este acuerdo, en su artículo 6, insta al mundo empresarial a involucrarse en la aplicación y consecución del objetivo nacional presentado por cada país. Frenar el cambio climático es un reto colectivo y que requiere una acción inmediata que conduzca a un modelo de desarrollo bajo en carbono.

El número de multinacionales comprometidas a ser neutras en carbono en 2050 se ha duplicado, pasando de 90 en la Cumbre del Clima de Nueva York a 177 en la COP25 de Madrid. En tamaño, estas empresas emplean a más de 5,8 millones de personas en todo el mundo.

En el marco de la Cumbre de Acción Climática de Naciones Unidas, se puso en marcha la iniciativa empresarial Ambición Empresarial por los 1,5oC, un compromiso por el que se comprometen, durante los siguientes dos años, a recalibrar sus planes de mitigación y alinearse con los objetivos de los acuerdos internacionales. En agosto de 2020, 274 empresas se han comprometido con este acuerdo⁽⁴⁾.

La iniciativa Science-Based Targets promueve el establecimiento de objetivos basados en la ciencia como una forma poderosa de impulsar la ventaja competitiva de las empresas en la transición hacia

SOSTENIBILIDAD Y CAMBIO CLIMÁTICO

EL PAPEL DE LAS EMPRESAS

una economía baja en carbono. Hoy en día, cuenta con más de 961 empresas que están ya tomando medidas basadas en la ciencia y 445 han aprobado objetivos basados en ella⁽⁵⁾.

La coalición We Mean Business está catalizando la acción empresarial e impulsando la ambición política para acelerar la transición a cero emisiones de carbono. 1.923 empresas forman parte de la coalición y se comprometen, entre otras medidas, a la utilización de energía renovable, el uso de vehículos eléctricos, aprovechar la tierra y eliminar la deforestación, asegurar la seguridad hídrica, comprometerse con la agricultura climáticamente inteligente, reducir la huella de carbono de la construcción, etc.⁽⁶⁾.

También RE100 es una iniciativa que reúne a 242 empresas comprometidas con la electricidad 100% renovable⁽⁷⁾. Por su parte, el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) trabaja con más de 200 empresas globales con el objetivo de impulsar a las empresas hacia una economía neutra en carbono⁽⁸⁾.

En España otras iniciativas trabajan desde el mundo de las empresas para mitigar los efectos del cambio climático, entre otras:

Comunidad #PorElClima, que trabaja para acelerar la acción climática en los diferentes sectores de la sociedad. Entre sus objetivos está reunir a los pioneros, a los que ya están luchando frente a la crisis climática y reduciendo sus emisiones para lograr el objetivo 1.5 y la neutralidad en carbono para 2050⁽⁹⁾.

Forética, que tiene la misión de fomentar la integración de los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno en la estrategia y gestión de empresas y organizaciones. Trabaja con el objetivo de alcanzar un futuro sostenible. Su Clúster de Cambio Climático está formado por un grupo de más de 50 grandes empresas⁽¹⁰⁾.

No hay ninguna actividad empresarial que no esté afectada de forma directa por el cambio climático, las empresas trabajan, día a día, por mejorar la eficiencia en la reducción de emisiones, desarrollan energías no contaminantes y se comprometen con la difusión de buenas prácticas, la colaboración con las administraciones y el apoyo a la solución de los retos y posibles soluciones que plantea la acción contra el cambio climático.

España ante los retos del cambio climático

La mayoría de los países de nuestro entorno están evolucionando hacia una economía baja en carbono, desencadenando así una revolución económica que va a generar enormes oportunidades. Las economías que lideren la transición energética y la lucha contra el cambio climático serán las primeras en aprovechar las oportunidades que la descarbonización ofrece.

España debe posicionarse y trabajar para adaptar su regulación a esta realidad imparable y necesaria. Desde Multinationales por marca España creemos que es necesario abordar con urgencia medidas que mitiguen los efectos del cambio climático y abordar de forma ambiciosa el proceso de descarbonización de la economía española, adoptando medidas a corto plazo que permitan superar de forma efectiva las barreras que dificultan este proceso.

ES NECESARIO ABORDAR CON URGENCIA MEDIDAS QUE MITIGUEN LOS EFECTOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO Y ABORDAR DE FORMA AMBICIOSA EL PROCESO DE DESCARBONIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA, ADOPTANDO MEDIDAS A CORTO PLAZO QUE PERMITAN SUPERAR DE FORMA EFECTIVA LAS BARRERAS QUE DIFICULTAN ESTE PROCESO.

Es necesario el establecimiento de un marco regulatorio estable, coherente y armonizado con los países de nuestro entorno, que favorezca la transición a una economía baja en carbono alineada con los acuerdos de París y la Agenda 2030.

El impulso de este nuevo marco regulatorio en España permitirá a nuestro país competir en igualdad de condiciones con los países de nuestro entorno, desarrollando las bases de nuestra economía en el futuro cercano, siendo una economía más competitiva, y facilitando la creación de nuevos puestos de trabajo, la llegada de inversiones estables y un nuevo impulso a la innovación.

España cuenta con unas condiciones ideales para aprovechar las oportunidades que supone esta estrategia de recuperación para generar economía y empleos: un enorme potencial de desarrollo de energías renovables, un patrimonio natural único, un tejido empresarial e industrial bien posicionado y una apuesta decidida por la eficiencia energética, estando muy bien posicionada en las energías renovables.

La recuperación sostenible de nuestra economía debe estar en línea con el European Green New Deal (Pacto Verde Europeo) propuesto por la Comisión Europea, que plantea una estrategia de crecimiento basada en tres pilares: digitalización, descarbonización y resiliencia, entendiendo que la competitividad y el medio ambiente van de la mano porque si no hay sostenibilidad ambiental no hay sostenibilidad económica o social. Para ello, necesitamos dotarnos de una nueva estrategia de crecimiento que transforme España en una economía moderna, eficiente en el uso de los recursos y competitiva, pero, sobre todo, que robustezca la salud del planeta Tierra, nuestra salud, nuestros empleos y a nuestra sociedad.

La puesta en marcha de la Ley de Cambio Climático y Transición Energética es el requisito indispensable para consolidar ese proceso; una norma estable, eficaz y ambiciosa que debe proporcionar un marco legal estable para las inversiones y planes estratégicos de las empresas a largo plazo.

Hay que acelerar las acciones para luchar contra el cambio climático. Disponemos ya de planes y programas diseñados para asumirla: European Green Deal, el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC), la Ley de Cambio Climático y Transición, Estrategia española de Economía Circular, entre otros. Ahora no podemos perder más tiempo y debemos acelerar su puesta en marcha, garantizando la armonización necesaria con la UE y entre comunidades autónomas en España.

Debemos desarrollar una serie de medidas que nos permita liderar la lucha contra el cambio climático y la apuesta por la sostenibilidad, entre otras:

- **Favorecer** la descarbonización de la economía, implementando medidas que aceleren la implantación y el uso de las energías renovables y el desarrollo e investigación de nuevas tecnologías que potencien su empleo y rendimiento.

EL IMPULSO DE ESTE NUEVO MARCO REGULATORIO EN ESPAÑA PERMITIRÁ A NUESTRO PAÍS COMPETIR EN IGUALDAD DE CONDICIONES CON LOS PAÍSES DE NUESTRO ENTORNO, DESARROLLANDO LAS BASES DE NUESTRA ECONOMÍA EN EL FUTURO CERCANO, SIENDO UNA ECONOMÍA MÁS COMPETITIVA, Y FACILITANDO LA CREACIÓN DE NUEVOS PUESTOS DE TRABAJO, LA LLEGADA DE INVERSIONES ESTABLES Y UN NUEVO IMPULSO A LA INNOVACIÓN.

SOSTENIBILIDAD Y CAMBIO CLIMÁTICO EL PAPEL DE LAS EMPRESAS

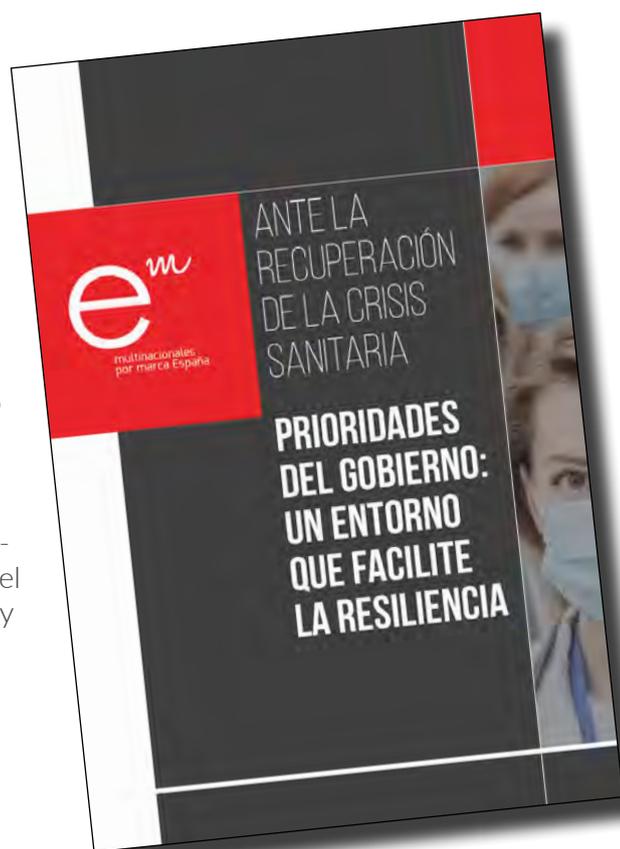
- **Potenciar** la eficiencia energética con la rehabilitación sostenible del parque de viviendas e infraestructuras urbanas, normalizando la construcción con materiales sostenibles y energéticamente eficientes.
- **Avanzar** en un modelo sostenible de la gestión del agua con el fin de optimizar su consumo humano, industrial y agrícola.
- **Impulsar** la mejora de procesos energéticos en la industria, potenciando el uso de nuevas tecnologías y avanzando en su sostenibilidad.
- **Aumentar** el diseño de productos y servicios más respetuosos con el medio ambiente, desarrollado la I+D+i para la utilización de nuevos materiales, más limpios, biodegradables y utilizando más lo materiales reciclados.
- **Desarrollar** nuevos procesos para la integración de la economía circular en nuestra economía y en los procesos de fabricación, distribución y consumo final. Organizar con criterios de optimización y eficacia el reciclaje de residuos, aprovechando el uso de las nuevas tecnologías en la recogida y gestión de residuos.

Estamos ante una oportunidad: la crisis de la COVID-19⁽¹¹⁾ no será una crisis cíclica más, será una crisis disruptiva que acelerará el cambio. No es una crisis a punto de terminar, si no que acaba de empezar y un punto de inflexión que marca un nuevo paradigma y, lo que es más probable, será la primera de nuevas crisis, no solo sanitarias sino, también económicas, sociales y medioambientales. Emergencias sanitarias, crisis medioambientales con catástrofes climáticas o de contaminación, emisiones químicas o atómicas no son ya solo producto de ficciones distópicas, sino riesgos para la supervivencia de las sociedades y, por tanto, de las administraciones públicas y de las empresas, ante los que debemos prepararnos mejor y a los que hay que hacer frente con la máxima resiliencia, con la máxima capacidad para adaptarnos a la crisis, a la futura recuperación y al tiempo que medie entre ellas.

Es necesario que las administraciones transformen con rapidez el entorno regulatorio y de gobernanza para favorecer, en lo posible, un nuevo escenario de resiliencia ante posibles crisis reiteradas relacionadas con el impacto humano en la naturaleza. En concreto, es imprescindible y urgente adaptar el impacto ambiental para modular el desarrollo social y económico de España, y estar más preparados ante posibles emergencias en el futuro.

España va a contar con la oportunidad del apoyo económico de la Unión Europea por la crisis de la COVID-19, que debe facilitar los cambios necesarios para incorporar las necesidades del siglo XXI, priorizando las políticas que refuercen el tejido productivo (en especial las pymes), el empleo, la industria, la digitalización, la de I+D+i, la energía y la lucha contra el cambio climático, exigencias del apoyo de la Unión Europea y prioridades del desarrollo económico de estas.

La apuesta por la sostenibilidad y la lucha contra el cambio climático no solo permitirá a nuestro país reducir la huella



ambiental, sino que favorecerá el desarrollo de nuestra economía y conseguiremos más independencia energética. Será determinante en el aumento del tejido productivo, en la mejora de la productividad y en la creación de empleo.

La oportunidad, quizá la última, la tenemos aquí, tanto en el ámbito de la conservación del planeta como en situarnos en primera línea de las economías que crezcan con fundamentos basados en la sostenibilidad. No podemos perdernos en procesos eternos y divagaciones, hay que avanzar rápido y poner en marcha las reformas necesarias para desarrollar en todos los ámbitos las políticas que desarrollen la lucha contra el cambio climático, favorezcan la biodiversidad y la sostenibilidad de nuestra sociedad.

Las empresas multinacionales y su papel contra el cambio climático

Desde Multinationales por marca España creemos que impulsar y alcanzar estos objetivos solo es posible gracias a la capacidad que tiene el sector privado de involucrar e inspirar a todos los grupos de interés de relevancia: los profesionales, los consumidores, los proveedores, los reguladores, los inversores y la sociedad en general.

Las empresas competitivas y que generan beneficios son capaces de contribuir a largo plazo al desarrollo sostenible creando riqueza y empleo, sin poner en peligro las necesidades sociales y medioambientales. La lucha contra el cambio climático desarrolla la capacidad de creación de riqueza de las empresas y, por tanto, el beneficio global de toda la sociedad.

De hecho, las empresas rentables son sostenibles, con más oportunidades de adoptar y llevar a cabo prácticas socialmente responsables.

DESDE MULTINACIONALES POR MARCA ESPAÑA CREEMOS QUE LAS EMPRESAS COMPETITIVAS Y QUE GENERAN BENEFICIOS SON CAPACES DE CONTRIBUIR A LARGO PLAZO AL DESARROLLO SOSTENIBLE, CREANDO RIQUEZA Y EMPLEO, SIN PONER EN PELIGRO LAS NECESIDADES SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES DE LA SOCIEDAD.

Las empresas multinacionales, por su actividad global, son clave en la mitigación de los efectos del cambio climático y asumen, cada día, compromisos más importantes con empleados, proveedores y clientes, y el conjunto de la sociedad, en general.

El cambio climático es uno de los mayores riesgos para nuestra sociedad y la economía, pero debe también ser una oportunidad de innovación, liderazgo y negocio para las empresas. La responsabilidad social de nuestras empresas incluye la incorporación de los riesgos y oportunidades del cambio climático dentro de sus planes estratégicos.

Esta actividad contribuye a la sostenibilidad global y es esencial para asegurar procesos y servicios de producción más sostenibles, con menos impacto ambiental y con la reducción de emisiones como criterio prioritario.

El papel de nuestras empresas es ayudar a crear un entorno empresarial favorable para convertir a España

ESPAÑA VA A CONTAR CON LA OPORTUNIDAD DEL APOYO ECONÓMICO DE LA UNIÓN EUROPEA POR LA CRISIS DE LA COVID-19, QUE DEBE FACILITAR LOS CAMBIOS NECESARIOS PARA INCORPORAR LAS NECESIDADES DEL SIGLO XXI, PRIORIZANDO LAS POLÍTICAS QUE REFUERZEN EL TEJIDO PRODUCTIVO, EN ESPECIAL LAS PYMES, EL EMPLEO, LA INDUSTRIA, LA DIGITALIZACIÓN, LA DE I+D+I, LA ENERGÍA Y LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO, EXIGENCIAS DEL APOYO DE LA UNIÓN EUROPEA Y PRIORIDADES DEL DESARROLLO ECONÓMICO DE ESTAS.

DESDE NUESTRA ASOCIACIÓN EMPRESARIAL ESTAMOS TRABAJANDO EN EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES QUE APOYEN LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO. APOSTAMOS POR LA SOSTENIBILIDAD DE NUESTRA ACTIVIDAD ECONÓMICA, IMPULSANDO EL DESARROLLO Y USO DE LAS ENERGÍAS RENOVABLES, LA EFICIENCIA ENERGÉTICA Y LA ECONOMÍA CIRCULAR.

en una economía dinámica e integrada en la economía del conocimiento, que estimule el espíritu empresarial y fomente un crecimiento económico, garantice un enfoque equilibrado del desarrollo sostenible y maximice las sinergias entre su dimensión económica, social y medioambiental.

Es por todo esto por lo que, desde nuestra asociación empresarial, estamos trabajando en el desarrollo de actividades que apoyen la lucha contra el cambio climático. Apostamos por la sostenibilidad de nuestra actividad económica, impulsando el desarrollo y uso de las energías renovables, la eficiencia energética y la economía circular. Trabajamos en los objetivos ODS que están relacionados con la sostenibilidad y el medio ambiente y su repercusión en el conjunto de todos los objetivos.

En esta publicación repasamos algunas de las iniciativas de nuestros socios relacionadas con sus actividades en la lucha contra el cambio climático, el respeto al medio ambiente y la biodiversidad y la sostenibilidad de nuestras actividades.

Propuestas de Multinacionales por marca España

La mayoría de los países de nuestro entorno están evolucionando hacia una economía baja en carbono y circular, desencadenando así una revolución económica que va a generar enormes oportunidades. Las economías que lideren la transición energética y el tratamiento circular en la cadena de producción, utilización, recuperación y nueva producción y la acción para la lucha contra el cambio climático serán las primeras en aprovechar las oportunidades que estos nuevos conceptos ofrecen. España debe posicionarse y trabajar para adaptar su regulación a esta realidad imparable y necesaria.

El impulso de este nuevo marco regulatorio en España permitirá a nuestro país competir en igualdad de condiciones con los países de nuestro entorno, desarrollando las bases de nuestra economía en el futuro cercano, una economía más competitiva, facilitando la creación de nuevos puestos de trabajo, la llegada de inversiones estables y un nuevo impulso a la innovación.

Desde Multinacionales por marca España estamos convencidos de que las medidas para mitigar el cambio climático y la necesaria transición energética solo pueden generar oportunidades económicas, sociales y ambientales para la sociedad.

ESTAMOS CONVENCIDOS DE QUE LAS MEDIDAS PARA MITIGAR EL CAMBIO CLIMÁTICO Y LA NECESARIA TRANSICIÓN ENERGÉTICA SOLO PUEDEN GENERAR OPORTUNIDADES ECONÓMICAS, SOCIALES Y AMBIENTALES PARA LA SOCIEDAD. POR ELLO, SEGUIREMOS DESARROLLANDO Y APOYANDO LAS MEDIDAS Y ACTIVIDADES QUE POSIBILITEN LOS CAMBIOS NECESARIOS PARA GARANTIZAR UN FUTURO MEJOR PARA TODOS.

Para ello es necesario desarrollar medidas en:

a. Sostenibilidad ambiental. Limitar el cambio climático

- Abordar con urgencia **medidas que mitiguen los efectos del cambio climático y desarrollar de forma ambiciosa el proceso de descarbonización de la economía** española.
- **Puesta en marcha con rapidez de la nueva Ley de Cambio Climático y Transición Energética y del Plan Nacional de Energía y Clima**, de forma que creen un marco regulatorio estable, coherente y armonizado para promover una economía circular baja en carbono que detenga el cambio climático, mejore la calidad del aire y lidere la transición energética necesaria para lograr la competitividad energética, que actúe como catalizador de una revolución económica que genere enormes oportunidades de inversión.
- **Competir en igualdad de condiciones con los países de nuestro entorno**, con foco en el fomento de la electromovilidad, energías renovables y tecnologías de almacenamiento y edificios y redes de transporte de energía inteligentes.
- **Reducción del impacto de la producción y consumo de energía.**
- **Apoyo para la transición hacia más energías renovables y ahorro energético.** Estos objetivos implican una mayor electrificación con fuentes renovables y un ahorro del consumo que además permitan un **descenso del precio de la energía y las materias primas** para mejorar la competitividad de la industria española.
- Desarrollar un marco regulatorio que favorezca la **implantación de la economía circular**, que nos lleve a la máxima eficacia en el uso de todos los recursos. Definir planes para apoyar la participación en la economía circular, tanto para empresas como para consumidores, en línea con la necesidad de una oferta y demanda más sostenibles, con el apoyo decidido de todas las administraciones para la creación de infraestructuras que favorezcan la economía circular.

b. Energías renovables

- Favorecer que las empresas busquen la progresiva descarbonización de sus actividades de generación de energía eléctrica mediante la adopción de tecnologías de generación renovable para que permitan mejorar el coste medio de la energía producida en España.

c. Ahorro energético

- **Racionalización de los costes de la energía** para disminuir su coste en España, especialmente en lo que respecta al uso de esta por la industria.
- **Medidas de ahorro en todas las actividades de consumo de energía.**
- **La red eléctrica debe ser una infraestructura facilitadora de las transacciones de energía entre la generación y el consumo.** Para ello necesita incorporar nuevas tecnologías que mejoren su eficiencia técnica y económica. Se debe apostar por la identificación y adopción temprana de tecnologías que permitan automatizar la red y mejorar la eficiencia de su construcción, operación y mantenimiento.

d. Ahorro y reciclado del agua

- Debemos promover un claro crecimiento de los sistemas de **ahorro, reciclado y gestión** operativa del agua dulce en todo el país. Habrá que incentivar también que los programas de **restitución del consumo de agua en la industria** lleguen hasta compensar el 100% de su consumo.

SOSTENIBILIDAD Y CAMBIO CLIMÁTICO

EL PAPEL DE LAS EMPRESAS

- Incentivar la **innovación y el uso de los sistemas de eficiencia en la distribución** de esta, en especial del agua de riego, pero también las redes de almacenamiento, distribución y el uso del agua potable tendrán que ser sustancialmente modernizadas.

e. Ciudades y comunidades resilientes y sostenibles

- La crisis sanitaria nos ha demostrado hasta qué punto **nuestras ciudades y viviendas no son sostenibles** y no son suficientemente resilientes ante los retos que hemos sufrido y que, probablemente, seguiremos sufriendo. Debemos hacer un esfuerzo de rediseño y adaptación a las nuevas necesidades. Para que este entorno sea viable, necesitamos modificar sustancialmente el modelo de nuestras ciudades, en especial los sistemas de transporte de personas y mercancías en las cercanías de nuestras viviendas y actividades, y en todo lo relacionado con la gestión de sus servicios urbanos. Por tanto, deberemos implementar el concepto de “territorios inteligentes” basados en la digitalización, la inteligencia artificial, internet, los drones y la conducción autónoma, además de:
 - Evitar regulaciones precipitadas que puedan frenar el desarrollo de sectores altamente avanzados y críticos para la modernización de nuestra economía antes que estos se consoliden lo suficiente para conocer la regulación adecuada.
 - Facilitar e incentivar el uso experimental de todos estos sistemas de forma que se facilite su rápido desarrollo.
 - Establecer territorios piloto donde puedan experimentarse los resultados sobre los ciudadanos y la economía de la ciudad de estas tecnologías.
 - Disponer del apoyo de las administraciones públicas municipales para el montaje de infraestructuras que permitan la economía circular, y aumentar la colaboración entre municipios para conseguir la escala necesaria para hacer estos proyectos sostenibles.

Bibliografía

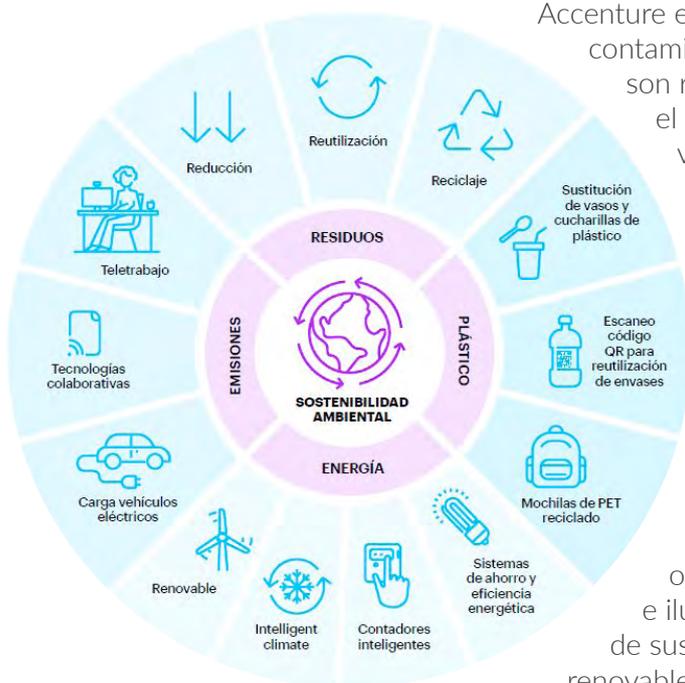
- (1) AEMET y OECC 2018. Cambio Climático: Calentamiento Global de 1,5°C. Agencia Estatal de Meteorología y Oficina Española de Cambio Climático. Ministerio para la Transición Ecológica, Madrid.
Basado en materiales contenidos en el IPCC special report on the impacts of global warming of 1.5°C above pre-industrial levels and related global greenhouse gas emission pathways, in the context of strengthening the global response to the threat of climate change, sustainable development, and efforts to eradicate poverty.
- (2) Global Risks Report 2020 del World Economic Forum: <https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2020>
- (3) Manifiesto de la OMS a favor de una recuperación saludable de la COVID-19. <https://www.who.int/es/news-room/feature-stories/detail/who-manifesto-for-a-healthy-recovery-from-covid-19>
- (4) Ambición empresarial por el 1,50C.: <https://www.unglobalcompact.org/take-action/events/climate-action-summit-2019/business-ambition/>
- (5) Iniciativa Science-Based Targets: <https://sciencebasedtargets.org/>
- (6) La coalición We Mean Business: <https://www.wemeanbusinesscoalition.org/>
- (7) RE100: <https://www.there100.org/>.
- (8) World Business Council for Sustainable Development (WBCSD): <https://www.wbcsd.org/>
- (9) Comunidad #porelClima: <https://porelclima.es/>
- (10) Forética: <https://foretica.org/>
- (11) Ver informe de Multinationales por marca España: “Prioridades del Gobierno: un entorno que facilite la resiliencia” - Mayo 2020.





Casos de éxito de nuestras empresas

UN MODELO DE NEGOCIO RESPONSABLE, VINCULADO A LOS ODS



Accenture en España es consciente de que el cambio climático, la contaminación de los ecosistemas y la generación de residuos son retos globales que no puede dejar de abordar. Por eso, el modelo de negocio responsable de la compañía y su vinculación a los ODS de Naciones Unidas sienta las bases de su compromiso con el medioambiente.

Accenture cuenta con un Sistema de Gestión Ambiental certificado en base a la ISO 14001 desde el año 2006, que le permite minimizar y controlar sus impactos y riesgos ambientales. Actualmente, nueve de sus centros están incluidos en el certificado.

Realizan un consumo responsable de la energía utilizando sistemas de ahorro energético en sus oficinas, como termostatos, detectores de presencia e iluminación de bajo consumo. Actualmente, el 92% de sus centros tiene contrato de suministro de energías renovables, con previsión de alcanzar el 100% este año.

Además, reducir el consumo de plástico en sus oficinas se ha convertido en una prioridad. Este año, han eliminado al 100% el uso de vasos y cucharillas de plástico y separado el 55% de los residuos para su reciclaje. Además, las mochilas facilitadas a los empleados están fabricadas con PET reciclado.

Con el objetivo de controlar y reducir sus emisiones directas e indirectas, Accenture ha facilitado el teletrabajo y las tecnologías colaborativas para mejorar la conexión entre empleados y clientes. Además, han habilitado plazas para la carga de coches eléctricos en sus oficinas.

A su vez, han firmado acuerdos que posibilitan su compromiso de respeto al medioambiente, como el reciclaje de capsulas de café reutilizadas en la siembra de los campos de arroz del Delta del Ebro, el reciclaje de tapones de plástico para financiar tratamientos médicos y la donación de ordenadores portátiles.

CASOS DE ÉXITO

Intelligent climate: al servicio de las personas

Actualmente, la energía es un bien escaso y el confort en el espacio de trabajo un deber para las organizaciones. Por ello, en Accenture se dieron cuenta de que necesitaban buscar una solución inteligente, basada en las últimas tecnologías, que les ayudase a gestionar y controlar el consumo de electricidad de los equipos de climatización de sus oficinas.

En 2018 implantaron en el Liquid Studio Madrid una solución integral que emplea las últimas tecnologías de Internet de las Cosas (IoT) e inteligencia artificial (IA): Intelligent Climate. Esta solución es un activo único y escalable, gracias al uso de datos en tiempo real, la integración con los sistemas de control de los edificios, la incorporación de predicciones meteorológicas y comunicaciones inalámbricas, así como la utilización de entornos 100% cloud.



En un año, el Liquid Studio ha ahorrado un 8% en el consumo de energía. Actualmente, la compañía está trabajando en la implementación de este sistema en las oficinas de La Finca 2 y 10 (Madrid), La Rotonda (Barcelona) y en el Centro de Industria X.0 (Bilbao).

AIR-e: el asistente del reciclaje de Ecoembes

La creciente producción y generación de residuos es una amenaza real para la sostenibilidad del planeta. La colaboración ciudadana es clave para la potenciación del reciclado, por ello, desde Accenture apuestan por ayudar a sus clientes a desarrollar soluciones innovadoras en este ámbito.

En este caso, la compañía desarrolló AIR-e, el primer chatbot de reciclaje en España para Ecoembes. Este incluye información interactiva sobre los distintos contenedores y responde a las preguntas por escrito, por voz o tomando una fotografía del envase u objeto sobre el que el ciudadano tiene dudas. Es un desarrollo multiplataforma ya que puede utilizarse en su versión de aplicación móvil, versión web, mediante el servicio de mensajería instantánea de Facebook Messenger, en Twitter o mediante los dispositivos de voz de Alexa de Amazon. También es capaz de contestar en catalán, euskera, gallego, además de castellano.

Desde su lanzamiento en noviembre de 2018 y hasta septiembre de 2019, se han atendido un total de 517.332 consultas sobre reciclaje. Menos de un 1% de estas consultas fueron derivadas a atención humana, de modo que el resto fueron resueltas a través del chatbot. Las consultas mayoritariamente se realizan mediante la aplicación que a fecha de septiembre de 2019 tenía casi 30.000 descargas (18.180 en Android y 11.380 en IOs).

Más información sobre su modelo de negocio responsable en: www.accenture.es/memoria

UN SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRADO DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE



Aon dispone de un sistema de gestión integrado de calidad y medio ambiente, certificado conforme a iso 14001:2015 por bsi. En el marco del sistema de gestión, se realiza anualmente una evaluación de aspectos ambientales, que se convierte en un programa de mejora ambiental mediante el establecimiento de metas y objetivos. En las revisiones periódicas se establecen asimismo acciones preventivas y de mejora, y todo ello contribuye a la mejora continua de la gestión ambiental y de la sostenibilidad de la empresa.

Periódicamente se realizan campañas de información y concienciación relacionadas con el medio ambiente.

En Aon se generan residuos típicos de una actividad de oficina: papel, tóner, residuos de aparatos eléctricos y electrónicos y fluorescentes. Todos ellos se gestionan a través de gestores autorizados.

Las emisiones atmosféricas que se producen en la organización son las derivadas del uso de vehículos. Además de realizar un seguimiento de los correctos mantenimientos de los vehículos que garanticen su estado y por tanto eviten el posible aumento de emisiones por un mal funcionamiento, el parque se renueva dentro de las posibilidades por vehículos que supongan un menor consumo de combustibles fósiles y por tanto una reducción en las emisiones.

Aon también se preocupa por el uso responsable y sostenible de los recursos. Los consumos principales de materias primas se refieren al papel que se consume, fundamental en la actividad de la empresa. En los últimos años se han llevado a cabo iniciativas para reducir el consumo de papel mediante la implantación de distintos proyectos de digitalización. Asimismo, se realiza seguimiento del consumo eléctrico en la organización, que se mide con el indicador kw/persona/mes.

CASOS DE ÉXITO

Gestión de residuos y reducción de emisiones

En alguna sede se dispone de un servicio de cafetería a disposición del personal, en el que se generan residuos de envases: platos, vasos y cubiertos, desechables, envoltorios y residuos de comidas envasadas, latas, bricks, etc. En ese caso existen contenedores diferenciados para los envases y el resto de residuos, que se gestionan a través del servicio de recogida municipal.

En Aon España se han dejado de utilizar unos 330.000 vasos de plástico. Se realiza un seguimiento de los residuos generados, aquellos sobre los que se ha tenido más control son los de tóner y papel, puesto que han estado relacionados con objetivos ambientales.

En cuanto a las emisiones atmosféricas, las últimas incorporaciones a los vehículos controlados en el sistema de gestión ambiental han sido tres vehículos híbridos y tres eléctricos, que se han incorporado en las oficinas de Madrid y Barcelona en 2018, cuyo uso se ha probado durante 2019 antes de decidir extenderlo al resto de la flota. En 2019 se ha lanzado una promoción a los empleados para facilitarles la adquisición de vehículos híbridos y eléctricos.

Uso sostenible de los recursos

Desde la implantación de la ISO 14001 en 2016, y con las diferentes iniciativas, se ha reducido el consumo de papel en un 30%. Se ha conseguido este resultado mediante la implantación de distintos proyectos de digitalización, entre otros:

- Plataformas digitales en envíos masivos: se han sustituido siempre que ha sido posible los mailing en papel por su equivalente digital.
- Proyecto de digitalización paperlite: en este proyecto se estableció la digitalización completa de toda la documentación que entra en la empresa. No supuso un ahorro directo en los consumos de papel, pero sí ha incentivado y normalizado el uso de documentación digital. Fue el paso previo a la implantación en 2019 del proyecto digital sending, envío de la documentación de los clientes en formato digital.
- Estudio de impresoras por áreas, para establecer patrones de consumo.

Asimismo, Aon realiza seguimiento del consumo eléctrico en la organización, que se mide con el indicador kw/persona/mes. En 2016 se empezaron a registrar los consumos, en 2017 el ratio de consumo aumentó un 1%, y en 2018 ha disminuido un 5%. Algunas medidas que se han tomado para intentar reducir los consumos eléctricos son las siguientes:

- Sustitución de luminarias por led
- Automatización del encendido y apagado de la climatización
- Sustitución de los equipos informáticos por modelos con mayor eficiencia en el uso de la energía.



UN FUTURO MEJOR Y MÁS JUSTO



La misión de la Fundación Aon España es construir un futuro mejor y más justo, basado en la equidad, la inclusión, la paz y la sostenibilidad del medio ambiente. A través de sus actuaciones, enmarcadas en sus tres fines (Catástrofes, Acción Social e impulso del Arte y la Cultura), contribuyen al cumplimiento de varios Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de Naciones Unidas y forman parte de la Comunidad #PorElClima de ECODES.



INCREMENTO SIGNIFICATIVO DEL ESFUERZO EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD



Como compañía de ciencias de la vida que trabaja día a día para seguir aportando innovación a algunas de las necesidades más cruciales de la población en materia de salud y alimentación, Bayer tiene también un compromiso claro con los entornos con los que opera y en la gestión de sus operaciones de forma no sólo transparente y ética, sino también sostenible.

La emergencia climática es un hecho al que Bayer se compromete a hacer frente no sólo acelerando la implementación de medidas que reduzcan el impacto de sus operaciones, sino también dándoles visibilidad y colaborando con sus entornos para contribuir entre todos al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas y al reto sin precedentes al que se enfrenta la sociedad.

Bayer lleva décadas comprometida con la protección del medio ambiente y seguirá acelerando sus esfuerzos para combatir el cambio climático y proteger la biodiversidad. En este sentido, a finales del año pasado, Bayer a nivel global anunció un ambicioso plan de medidas entre las que se incluye alcanzar una huella neutral de emisiones de carbono en sus operaciones para el año 2030. Para ello, Bayer pondrá en marcha medidas de eficiencia energética como el uso de electricidad 100% renovable y la compensación de las emisiones restantes mediante opciones de captación de carbono que aumenten la biodiversidad.

CASOS DE ÉXITO



Investigación para paliar los efectos del cambio climático

La investigación de Bayer es clave para paliar los efectos del cambio climático en la agricultura.

Como saben muy bien los agricultores españoles, Bayer es más que una farmacéutica, es también una compañía centrada en ciencias de la vida que trabaja para desarrollar una agricultura que dé respuesta a uno de los mayores retos de la sociedad: alimentar a una población en crecimiento y hacerlo de forma responsable para beneficio de agricultores, consumidores y del medio ambiente. Para ello Bayer ofrece más innovación y soluciones personalizadas a los agricultores para producir de forma sostenible alimentos más saludables, seguros y económicos, y utilizando las últimas tecnologías para llevar a cabo la transformación digital de la agricultura. Además, Bayer muy consciente de los efectos del cambio climático sobre la agricultura española colabora con UPA (Unión de Pequeños Agricultores y ganaderos) en el proyecto InfoAdapta-Agri que tiene como objetivo la adaptación de la agricultura española al cambio climático.

Las nuevas tecnologías de Bayer en este sentido, juntas con técnicas de cultivo como por ejemplo la Agricultura de Conservación, permiten conservar el suelo evitando su erosión, reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, capturar carbono y mejorar la biodiversidad. Además, a través de su plataforma digital proveemos de información a los agricultores para que puedan tomar decisiones más precisas en sus cultivos, optimizando el uso de recursos naturales clave como el agua, el suelo, la energía y el uso de fertilizantes, fitosanitarios además de su tiempo.

Integración social y flexibilidad laboral

Bayer también tiene un claro compromiso con el empleo mejorando los datos salariales y de integración social en la empresa.

- Desde el punto de vista de género, no existe brecha salarial entre hombres y mujeres.
- El salario medio en Bayer es un 60% superior a la media anual en España.
- El salario mínimo en Bayer duplica el salario mínimo interprofesional establecido para 2019 en España.

Bayer cuenta también en España con programas destinados a potenciar la conciliación familiar y mejorar el bienestar de los trabajadores.

Los **"Flexydays"**, o trabajo flexible desde casa, permiten ejercer el teletrabajo hasta tres días por semana, ajustándose a las necesidades de los empleados".

Se favorecen hábitos de vida saludables, con instalaciones deportivas en algunos centros y la posibilidad a nivel nacional de formar parte de algunos de los Clubes Deportivos Culturales financiados por la compañía.

Programas centrados en la salud para acompañar a los empleados que quieren dejar de fumar, revisión periódica de la ergonomía de los puestos de trabajo, seguros de salud, de vida y de accidentes.

El absentismo laboral en Bayer es un 40% inferior a la media nacional gracias a las medidas de conciliación establecidas por la compañía.

Además, y más allá de las iniciativas propias, Bayer apoya la participación activa de sus empleados a través de un completo plan de voluntariado.



COMPROMISO CON LOS OBJETIVOS DE REDUCCIÓN DE EMISIONES DE CARBONO

Dentro de su estrategia de sostenibilidad y creación de valor, Diageo entiende que sus operaciones tienen un impacto directo en el medio ambiente, lo que implica la necesidad de un uso responsable de los recursos. El uso del agua, la reducción de la huella de carbono y la disminución de los residuos y la deforestación reforzarán el crecimiento de la compañía y ayudarán a proteger los recursos naturales en los que se apoyan tanto el negocio como las comunidades en las que opera.

Como miembros de la coalición 'We Mean Business', Diageo está comprometida con los objetivos de reducción de emisiones de carbono, eliminando la deforestación y proporcionando información sobre cambio climático en los reportes anuales de la compañía. Además, cuenta con el firme compromiso de abastecerse de electricidad procedente en su totalidad de fuentes renovables en 2030, así como de reducir las emisiones de contaminantes efímeros.



Una de las prioridades para Diageo es el eco-diseño de sus envases. La compañía tiene el compromiso de reducir los envases que utiliza en un 15%, al tiempo que aumenta el contenido reciclado al 45% del total y el 100% de los envases utilizados son reciclables. Unos de los ejemplos concretos es la eliminación del plástico de los envases de cerveza de su marca Guinness, tanto las anillas agrupadoras como las envolturas con film retráctil. Para ello, ha invertido más de 18 millones de euros en introducir cartón 100% reciclable y biodegradable para reemplazar al plástico. Una reducción de los desechos plásticos que equivale a retirar 40 millones de botellas de plástico de 50cl en el mundo. Estos nuevos envases de cerveza sostenibles ya están disponibles en los lineales de Irlanda desde agosto de 2019 y a partir del verano de 2020 llegarán a Gran Bretaña y otros mercados internacionales.

Gracias a sus ambiciosas políticas de sostenibilidad, Diageo ha vuelto a ser incluida en 2019 en el Dow Jones Sustainability Index (DJSI World) y el Dow Jones Sustainability Index Europe (DJSI Europe), índices en los que incluyen solo a las mejores empresas de su categoría en términos de gestión empresarial, de acuerdo con criterios de sostenibilidad económica, social y medioambiental. Diageo es la empresa con mayor puntuación del sector de bebidas en este ranking, principal referente mundial para medir la aportación de las empresas al desarrollo sostenible.

CASOS DE ÉXITO



Water Blueprint

Como compañía de bebidas, el agua es un ingrediente esencial en todas las marcas de Diageo - más del 90% de la cerveza y el 60% de los licores son agua-. El agua también es utilizada para limpiar, enfriar, lubricar, transportar, calentar, pasteurizar y fermentar las bebidas. Es esencial para el cultivo de materias primas, y para la fabricación de envases, por lo que su gestión eficiente es de suma importancia para sus comunidades locales. Por ello, en 2015 Diageo lanzó su iniciativa Water Blueprint, dirigida a la protección y gestión de los recursos hídricos. En ella se incluyen las iniciativas destinadas a la reducción del uso del agua en las operaciones y en la cadena de suministro agrícola; a la reposición del agua utilizada en aquellos lugares con mayores tensiones; y al apoyo a programas de agua en las comunidades en las que opera. Como parte de esta estrategia, en su destilería de Roseisle en Escocia están ahorrando suficiente agua en la fabricación de whiskey para llenar el equivalente a 28 piscinas olímpicas y reutilizan el agua caliente que se produce en la fabricación del whisky para reducir su consumo de agua en general. Gracias a fuerte estrategia de gestión eficiente del agua, Diageo ha sido reconocida por la organización CDP (Carbon Disclosure Project), por su destacado desempeño en torno al medio ambiente, con una puntuación de doble 'A' por su postura frente al cambio climático y su política respecto del agua.

Optimización de los envases y pedidos

Diageo Iberia ha puesto en marcha desde hace varios años el proyecto "Low Weight" para el rediseño de las botellas de varios productos que permita reducir la cantidad de vidrio de cada una. Esto no solo permite consumir una cantidad menor de vidrio, sino también reducir el peso de cada botella, lo que posibilita transportar más botellas en cada camión/contenedor y reducir así las emisiones de carbono. Además, desde el pasado febrero Diageo ha eliminado los estuches de cartón de las referencias de Johnnie Walker Black 70cl y Cardhu 12 años 70cl que se comercializan en los clientes de On Trade, lo que ha permitido reducir el consumo de cartón en aproximadamente 30 toneladas por año. Por último, desde 2019 están trabajando con varios de sus clientes para optimizar el tamaño de los pedidos, reduciendo el número de pedidos a la vez que aumentan su tamaño. Esta iniciativa permite incluir más cajas en cada pedido y optimizar así la utilización de los camiones y reducir las emisiones de carbono.

POR UN ENTORNO Y UN TURISMO MÁS SOSTENIBLES



Expedia Group trabaja desde hace años para proporcionar, de una manera integral, un entorno y un turismo más sostenibles. Sus esfuerzos conectan con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Desde octubre de 2019 es miembro afiliado de la Organización Mundial del

Turismo de las Naciones Unidas (OMT), firmante de la Declaración de Lisboa, que persigue alinear las políticas de turismo urbano con la Nueva Agenda Urbana de las Naciones Unidas y sus diecisiete ODS y ha puesto en marcha distintas iniciativas que promueven un turismo responsable y sostenible.

Además, junto con otras compañías, lanzó el concurso Changemaker Challenge, con el objetivo de explorar todo el potencial de la digitalización en el contexto de la movilidad y los viajes sostenibles. Siguiendo el enfoque de la Comisión Europea, cuya Comunicación para un Green Deal europeo considera que los nuevos modelos de negocio basados en alquilar y compartir bienes desempeñarán un importante papel, la marca de alquiler vacacional Vrbo promueve el turismo rural sostenible a través, por ejemplo, del concurso 'Maravilla Rural', donde usuarios votan entre diferentes destinos candidatos.

En relación con el cambio climático, el enfoque principal de Expedia Group es construir comunidades resilientes y, en particular, la recuperación tras desastres naturales. Así, ha estado trabajando en la región del Caribe, afectada por una devastadora temporada de huracanes en 2017, en proyectos para modernizar centros comunitarios, hospitales y escuelas con paneles solares, preparar estas infraestructuras críticas y reforestar, con el fin de prevenir deslizamientos de tierra peligrosos.

En su misión de crear un mañana más verde, Expedia Group tiene una serie de programas en marcha, como eliminar un millón de millas de transporte en vehículos individuales por parte de sus empleados y obtener una mayor parte de energía de fuentes renovables en un futuro cercano.

Expedia Group es neutral en carbono desde hace dos años. A través de la compra de compensaciones de carbono y créditos de energía renovable (REC) para la financiación de proyectos, equilibra las emisiones anuales de gases de efecto invernadero de las operaciones que controla, desde viajes de empleados, consumo de energía, a eliminación de residuos y otras actividades del día a día.

CASOS DE ÉXITO

En su estrategia de favorecer el desarrollo sostenible, Expedia Group ha colaborado con autoridades de Italia y España para promover la conciencia de los visitantes y fomentar el turismo responsable y respetuoso. Las campañas #EnjoyRespectVenezia, #EnjoyRespectFirenze, lanzadas por primera vez en Venecia y Florencia respectivamente, y en línea con la iniciativa y consejos de la OMT, tienen como objetivo asesorar a los visitantes sobre un comportamiento respetuoso y mejorar la conciencia sobre el impacto del turismo en las comunidades locales y, en consecuencia, abordar las preocupaciones de los residentes. Se han realizado campañas similares para Barcelona y Valencia.

También recientemente la UNESCO, la Autoridad de Turismo de Tailandia y Expedia Group firmaron el Compromiso de Turismo Sostenible de la UNESCO. Esta iniciativa forma parte de un programa de asociación global entre la UNESCO y Expedia Group para promover a empresas turísticas locales en los principales países de destino turístico de todo el mundo. Se inició en Tailandia, como mercado piloto, con el respaldo de la Autoridad de Turismo de Tailandia. Se anima a las empresas a asumir el Compromiso y declarar las acciones que en este sentido emprenden. Los hoteles inscritos en el Compromiso recibirán un logotipo para diferenciarse y Expedia Group destacará los hoteles que lo hayan firmado en nuestros sitios web.



CONTRIBUIR Y HABITAR UN MUNDO MÁS SOSTENIBLE



Google mantiene la convicción de que cada empresa tiene la oportunidad y la obligación de proteger nuestro planeta. Con ese fin, se esfuerzan por incorporar la sostenibilidad en todo lo que hacen, desde el diseño de centros de datos eficientes a la configuración de lugares de trabajo sostenibles, la fabricación de mejores dispositivos y la creación de cadenas de suministro más eficientes. Pero su objetivo es mucho mayor: ofrecer a todos - empresas, responsables políticos y consumidores - los medios para construir y habitar un mundo más sostenible.

CASOS DE ÉXITO

Un catalizador en el mercado de las energías renovables

Google es una empresa neutral en carbono desde 2007 y desde 2017 cubre todo su consumo anual de electricidad con energía renovable. La adquisición de energía a una escala tan grande como su ayuda a hacer crecer al mercado de las energías renovables, hace que sea más fácil para otros compradores corporativos hacer lo mismo y contribuye a que un futuro en el que el acceso a una energía libre de carbono las 24 horas del día, los 7 días de la semana, esté al alcance de todos.



- Tras el anuncio del CEO de Google Sundar Pichai, en septiembre, sobre la mayor compra de energía renovable jamás realizada por Google, tenemos ahora una cartera de 52 proyectos de energía eólica y solar que representan más de 5 gigavatios en total. Esto supone un programa de inversiones por valor de unos 7.000 millones de dólares y la creación de miles de puestos de trabajo relacionados en todo el mundo. Una vez implementados, estos proyectos generarán más electricidad de la que ciudades del tamaño de Washington, D.C., o países como Lituania o Uruguay consumen en un año. Y toda esta energía será renovable.
- Google insiste además en que todos los proyectos añadan nuevas fuentes de energía renovable a la red, lo que hará de catalizador para otros proyectos eólicos y solares. Este enfoque también promueve el desarrollo económico en las regiones donde operan. Por ejemplo, tan solo en Europa, las adquisiciones de energía renovable han generado una inversión de capital de 2,3 mil millones de euros en nuevos proyectos de renovables.
- Las adquisiciones de energía renovable de Google han contribuido a lograr unos avances significativos hacia lo que es su aspiración a largo plazo, es decir, operar con energía libre de carbono en todos los lugares y en todo momento. Alcanzar el objetivo de consumir energía libre de carbono las 24 horas del día, los 7 días de la semana, requerirá innovaciones en todas sus políticas, tecnologías y modelos de negocio, y ya se encuentran trabajando duro para avanzar en ello. Por ejemplo, recientemente han firmado un acuerdo híbrido solar-eólico en Chile, que aumentará su cuota de consumo de energía libre de carbono del 75 por ciento a más del 95 por ciento.
- Como miembro fundador de la Alianza de Compradores de Energía Renovable (REBA), están liderando un esfuerzo para reunir a más de 300 compradores, desarrolladores y proveedores de servicios de energías renovables para permitir que cualquier empresa pueda acceder a la compra de energía renovable. Colectivamente, este grupo se ha comprometido a comprar 60 gigavatios de energía renovable antes de 2025, lo que representa más de seis veces la cantidad de energía solar y eólica instalada en Estados Unidos en 2018.

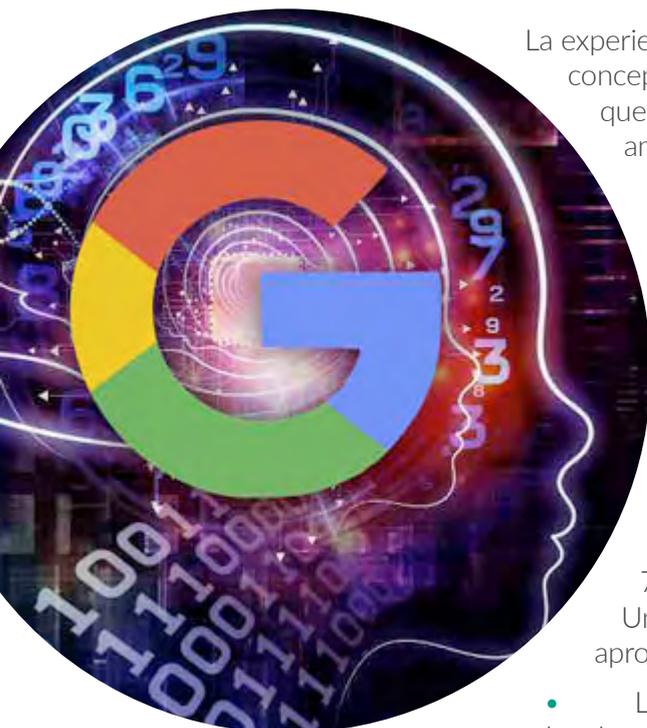
CASOS DE ÉXITO

Crear cadenas de suministro y productos más responsables

Google se asegura de que tanto proveedores como residentes en las zonas donde operan y fabrican componentes tengan también acceso a la energía limpia. Ello es parte de su compromiso por tener en cuenta la sostenibilidad en cada paso de sus procesos, desde el diseño hasta la fabricación y el envío del producto:

- En octubre, se comprometieron a invertir unos 150 millones de dólares en proyectos de energía renovable en las principales regiones donde se fabrican los productos Made by Google. Este compromiso tiene como objetivo catalizar aproximadamente 1.500 millones de dólares de capital en energías renovables. Con estas inversiones, esperamos contribuir a generar una cantidad de energía renovable equivalente a la que se utiliza en la fabricación de sus productos de hardware de consumo.
- El 100 por cien de los productos Nest de este año incorporan elementos de plástico reciclado.
- El 100 por cien de todos los envíos de productos Made by Google son neutros en carbono.
- A nivel individual, sus productos y servicios ayudan a los consumidores a reducir su propio impacto ambiental en el planeta. Por ejemplo, los termostatos inteligentes Nest han ayudado a los usuarios a ahorrar más de 41 mil millones de kilovatios-hora de energía, una cantidad suficiente para satisfacer todas las necesidades de electricidad de Estonia durante seis años.
- Google también ayuda a los usuarios a dar una segunda vida a sus dispositivos antiguos ofreciéndoles la posibilidad de reciclarlos gratuitamente, tanto si han sido fabricados por Google como si no, a través de su programa de devolución de productos (disponible en 16 países), o a través de su programa de permuta Pixel (en Estados Unidos).

Usar la IA para construir un mundo más sostenible



La experiencia de Google en IA desempeña un papel clave en su concepto de sostenibilidad. Estas son solo algunas de las maneras en que la IA les está ayudando a abordar algunos de los problemas ambientales más difíciles para nuestro planeta:

- Con la construcción de un sistema de recomendaciones de eficiencia basado en la IA que controla directamente la refrigeración de los centros de datos. Este sistema basado en la nube - el primero de este tipo - ofrece un ahorro de energía de aproximadamente el 30 por ciento. Actualmente se encuentran trabajando para que sus clientes de Cloud puedan acceder a esta tecnología.
- Utilizando la IA para optimizar los parques eólicos de su flota global de proyectos de energías renovables. Gracias a la aplicación de algoritmos de aprendizaje automático a 700 megavatios de energía eólica en el centro de Estados Unidos, el valor de esa energía eólica se ha incrementado en aproximadamente un 20 por ciento.
- La IA está también detrás de Global Fishing Watch, una plataforma que han lanzado en colaboración con Oceana y SkyTruth para promover la sostenibilidad del océano mediante la visualización, el seguimiento y el intercambio de datos sobre la actividad pesquera mundial en tiempo casi real y de forma gratuita.

CASOS DE ÉXITO



- También están trabajando para reducir el impacto del cambio climático en las personas vulnerables. Se estima que cada año, 250 millones de personas en todo el mundo se ven afectadas por las inundaciones. Su iniciativa de pronóstico de inundaciones en la región de Patna, en la India, tiene como objetivo proporcionar información precisa y en tiempo real para predecir inundaciones y lanzar alertas a las poblaciones que viven en las regiones afectadas.

Ofrecer recursos para acelerar la acción también fuera de Google

Muchas organizaciones que realizan actividades muy importantes para abordar los desafíos ambientales carecen de fondos y de experiencia para lograr sus objetivos. Por ello, en Google ofrecen a las empresas, las organizaciones sin fines de lucro, los investigadores y los responsables políticos los medios que necesitan para actuar:

- El primer Google AI Impact Challenge otorgó 25 millones de dólares en financiación de Google.org, créditos para productos y tutorías de expertos de Google. Entre los ganadores hay organizaciones que están realizando actividades de gran importancia en los ámbitos del clima, la conservación y la energía. Por ejemplo, WattTime está trabajando para reemplazar los costosos medidores de emisiones instalados en las centrales eléctricas por una plataforma de seguimiento con código abierto de acceso global. Gracias a ello, las iniciativas necesarias para reducir las emisiones serán más accesibles para las comunidades que de otro modo no podrían costearlas.
- El Acelerador Google for Startups ayudará a las startups con impacto social que trabajan contra el cambio climático, la pobreza y la desigualdad, ofreciéndoles el acceso a los conocimientos sobre tecnología, rentabilización de una empresa de impacto social y capital.
- Más del 70 por ciento de las emisiones globales son generadas por las ciudades. Su Environmental Insights Explorer (EIE) permite a las ciudades acceder y utilizar más fácilmente las nuevas bases de datos relevantes para el clima.

El cambio climático es uno de los desafíos globales más importantes de su tiempo y Google se compromete a hacer su parte incorporando de manera contundente la sostenibilidad en sus actividades y cadenas de suministro. Todos estos esfuerzos se detallan en su Informe medioambiental anual y en el Informe sobre la cadena de suministro responsable. Con ello esperan seguir inspirando y animando a otras empresas a colaborar para mejorar la salud de nuestro planeta.

CONSCIENTES DE SU RESPONSABILIDAD CON EL PLANETA

Brindando un Mundo Mejor es la estrategia de sostenibilidad global de HEINEKEN que une a todos los países en los que opera esta compañía. La sostenibilidad está en el top de su agenda estratégica global, constituyendo una de sus 5 prioridades.

Brindando un Mundo Mejor constituye así su compromiso para asegurar su contribución al objetivo común y global de erradicar la pobreza, proteger el planeta y promover la prosperidad para todos.

En HEINEKEN España son conscientes de que su responsabilidad con el planeta se traduce en todo lo que hacen, por lo que este compromiso, que abarca toda su cadena de valor, “Del campo al bar”, se enfoca en las áreas de su actividad donde la compañía puede impactar de forma más positiva.



Una de sus áreas de actuación se centra en la reducción de su huella de carbono para luchar contra el cambio climático.

- **En producción:** impulsa el uso de energías renovables y la eficiencia energética. Cuenta con una hoja de ruta para que el 100% de su producción sea renovable antes de 2025: todas sus cervezas se elaborarán con electricidad 100% renovable ya este mismo año y serán “cero emisiones” en 2023.
- **En distribución:** apuesta por la logística sostenible, colaborando con transportistas para fomentar medidas de conducción eficiente, utilizando vehículos más sostenibles, optimizando rutas, etc.
- **En refrigeración:** ayuda al hostelero a hacer un uso más eficiente de la energía. Así, desde 2011 sólo instala sistemas de enfriamiento eco-eficientes en los puntos de venta, habiendo ahorrado más de 24 millones de euros en electricidad a sus clientes desde dicho año
- **En packaging:** apuesta por el envase retornable y el eco-diseño para disminuir emisiones.
- **En economía circular:** valoriza el 99,88% de los residuos que generan.

Pero el compromiso “cero emisiones” de HEINEKEN España no se queda aquí. Su obsesión por el cuidado del planeta también se refleja en todas las actividades que realiza, teniendo en cuenta que, por efímeras que sean, implican un consumo de recursos naturales y energía.

CASOS DE ÉXITO

Cerveza elaborada con el poder del sol

HEINEKEN España ha firmado un acuerdo de compraventa de energía a largo plazo (PPA, Power Purchase Agreement) con Iberdrola, que garantizará el suministro de electricidad verde a sus cuatro fábricas y distintas oficinas, en octubre de 2020. Esta alianza supone un importante hito en su ambición de convertirse en una cervecera 100% neutra en carbono en 2023.

El acuerdo implica la construcción de una nueva planta fotovoltaica en El Andévalo (Huelva), que se usará exclusivamente para elaborar todas sus cervezas y estará plenamente operativa en 2020. Este proyecto evitará la emisión a la atmósfera de más de 100.000 toneladas de CO₂ al año, equivalentes a las emisiones producidas anualmente por casi 25.000 hogares. Además de su impacto ambiental, la nueva instalación solar creará unos 200 nuevos puestos de trabajo en la comunidad local.

Gracias a la planta de El Andévalo, todas las cervezas de HEINEKEN España se elaborarán con energía solar. Esta iniciativa reafirma el compromiso de esta compañía con la sostenibilidad, así como su posición de liderazgo en la industria impulsando el uso de energías renovables en España. Una vez cumplidos todos los requisitos eléctricos de sus fábricas, se reemplazarán las calderas de gas existentes por las de biomasa, para poder elaborar cerveza solo con energía renovable de cara a 2023.

Ubicado en el término municipal de Puebla de Guzmán (Huelva), la nueva planta tendrá una extensión de 150 hectáreas, equivalente a la superficie de 201 campos de fútbol. El proyecto contará con una capacidad instalada de 50 MW que generarán 82 GWh/año, la energía necesaria para elaborar 4.200 millones de cañas de las marcas Cruzcampo, Amstel o Heineken. La planta se construirá dentro del mayor complejo eólico de Europa Continental, El Andévalo (292 MW), promovido y gestionado por Iberdrola desde 2010.

Esta nueva iniciativa en España forma parte de la estrategia global de sostenibilidad de HEINEKEN "Brindando un Mundo Mejor". Una parte de esta estrategia incluye el programa de reducción de huella de carbono 'Drop the C', mediante el cual la compañía tiene como objetivo aumentar el uso de energía térmica renovable y electricidad hasta un 70% en la producción a nivel mundial en 2030. HEINEKEN quiere impulsar un cambio real hacia las energías renovables en todas las regiones donde opera. Actualmente se están llevando a cabo 29 proyectos de energía renovable en todo el mundo, centrándose en aprovechar la energía eólica y solar, la de biomasa y el biogás. Además de estos, los proyectos completados que ya están operativos incluyen: fábricas neutras en carbono en Göss y Schladming (Austria), instalaciones de biomasa in situ en Sampang Agung (Indonesia), una instalación solar en Kudenda (Nigeria), cuatro PPAs fuera de las instalaciones para alimentar múltiples fábricas y tiendas en México.



COMPROMETIDOS CON EL LIDERAZGO EN MATERIA MEDIOAMBIENTAL

IBM España está comprometida desde hace mucho tiempo con el liderazgo en materia medioambiental en todos los aspectos de su negocio, implantando políticas corporativas para proteger el medio ambiente y para conservar la energía y los recursos naturales. Dichas políticas se formalizaron en 1971 y 1974 respectivamente.

En 1997, IBM se convirtió en la primera multinacional en conseguir la certificación ISO 14001 de medio ambiente. También posee la certificación de la ISO 50001 de gestión de la energía a nivel corporativo.

IBM, a nivel global, aplicando Inteligencia Artificial, Blockchain, Cloud, Analytics e Internet of Things, ya está protegiendo el agua dulce (freshwater), mejorando las poblaciones de plancton (plankton), proporcionando herramientas (other tools) para que los agricultores protejan y mejoren el rendimiento de los cultivos, mejorando la “seguridad del agua” (water security), desarrollando una aplicación de energía solar para su uso en África (solar power app for use in Africa), trabajando para limpiar de plásticos los océanos (The Plastic Bank), y ha creado un producto nuevo de detección de fuegos (new fire detection product) más rápido y eficiente y ha diseñado una nueva batería química (chemistry for a new battery) que no requiere el uso de metales pesados.

Ha fomentado y contribuido a la reducción del consumo energético.

Ha llevado a cabo numerosos proyectos en todos los edificios de IBM España para reducir su huella de carbono mediante ajustes operacionales, renovación u optimización de equipos de frío para data centers, sustitución de iluminación fluorescente por led y renovación de equipo de oficina. La tecnología de IBM mejora continuamente aplicándola a los data centers para conseguir una reducción de consumo energético. Esta se logra renovando equipos IT, cada vez más eficientes, y ajustando los parámetros de las enfriadoras de las salas. El conjunto de estas medidas ha aportado una reducción del consumo energético de 2019 respecto a 2018.

Ha promovido el ahorro de papel y contribuido a la compra de papel sostenible.

Ha utilizado papel que proviene de fuentes sostenibles, para reducir la deforestación y el impacto ambiental.

Ha gestionado eficientemente los residuos.

Ha promovido campañas de concienciación ambiental en las que se ha fomentado la práctica de la regla de las 3R (REDUCE-REUTILIZA-RECICLA). Ha realizado mejoras para fomentar la separación de los residuos en origen. Ha reducido los Residuos No Peligrosos desde 2016 a 2019.

Ha promovido campañas de concienciación.

Ha realizado campañas de educación y formación ambiental entre todos los empleados en el día mundial del Medio Ambiente, día Mundial del Agua y Cumbre del Cambio Climático (CAP25).

Ha fomentado y contribuido a la reducción del consumo de agua (CASO DE ÉXITO)

Ha fomentado y contribuido a la reducción del consumo de plásticos (CASO DE ÉXITO)

Ha fomentado y contribuido a la reducción de uso de sustancias químicas.

Ha promovido el uso de sustancias químicas respetuosas con el medio ambiente.

CASOS DE ÉXITO

Reducción del consumo de agua

IBM España ha realizado una campaña de sensibilización para hacer un uso responsable del agua, mediante la celebración del día mundial del agua.

Uno de los objetivos medioambientales de IBM España es conseguir un uso racional y sostenible del agua en sus edificios y conseguir una reducción del consumo respecto al año anterior. Medidas que se han adoptado:

- Doble contención en los depósitos de los generadores de electricidad para prevenir una posible contaminación de las aguas subterráneas en caso de derrame.
- Control de vertidos de aguas residuales al alcantarillado público.
- Instalación de un sistema de tratamiento biológico en la cocina del edificio de Santa Hortensia (sede social de IBM España).
- Instalación de sensor de lluvia en el jardín del edificio de Sant Fruitós (Barcelona).

Se ha pasado auditoria del Plan de Gestión Sostenible del Agua en el edificio de Santa Hortensia, con resultado positivo, en la que se evidencia las iniciativas llevadas a cabo para la reducción del consumo de agua año a año. Entre ellas, cabe destacar, la sustitución de la flora del jardín existente por una con menor dependencia del agua.



Reducción del consumo de plástico



Como primer paso, en mayo de 2019, en el día mundial del reciclaje, IBM realizó una campaña de concienciación sobre los plásticos de un solo uso y que además no se reciclan como es debido, llenando la fuente del edificio de su sede social de plásticos y consiguiendo una imagen impactante.

Y como segundo paso IBM dejó de subvencionar en 2019 el uso de algunos productos de plástico en sus instalaciones, alineando los objetivos ambientales de IBM y siguiendo la nueva guía del Consejo de la Unión Europea sobre plásticos de un solo uso que están destinados a utilizarse durante un corto período de tiempo antes de desecharse.

En noviembre de 2019 IBM España redujo casi en su totalidad el uso de plásticos de sus oficinas, tomando las siguientes medidas:

- Desaparición de las botellas de agua del comedor, colocando jarras y dispensadores de agua aromatizada de fruta fresca.
- Se retiraron los dispensadores de vasos de plástico ubicados junto a las fuentes de cada planta.
- En las máquinas de vending de café se activó la opción para colocar una taza propia en lugar del vaso desechable.

Como compensación e incentivo, IBM regaló a cada empleado una botella de vidrio reutilizable enviando una comunicación especial al respecto.

LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO



Los científicos están de acuerdo en que para mitigar el cambio climático, debemos hacer la transición a un futuro con bajas emisiones de carbono y resiliente al clima. Esta transición mundial requerirá que se inviertan más de 30 billones de euros en energía limpia e infraestructura eficiente para el año 2035, según la Agencia Internacional de la Energía.

En esta transición, ING está desempeñando un papel relevante financiando el cambio, compartiendo conocimientos y utilizando su influencia. Desde hace años, el banco es reconocido como una de las empresas más sostenibles del mundo. Ocupa el primer lugar en su grupo de empresas cotizadas por Sustainalytics (julio 2020) y forma parte del 5% de compañías reconocidas como líderes mundiales contra el cambio climático por CDP Climate A-List (enero 2020).

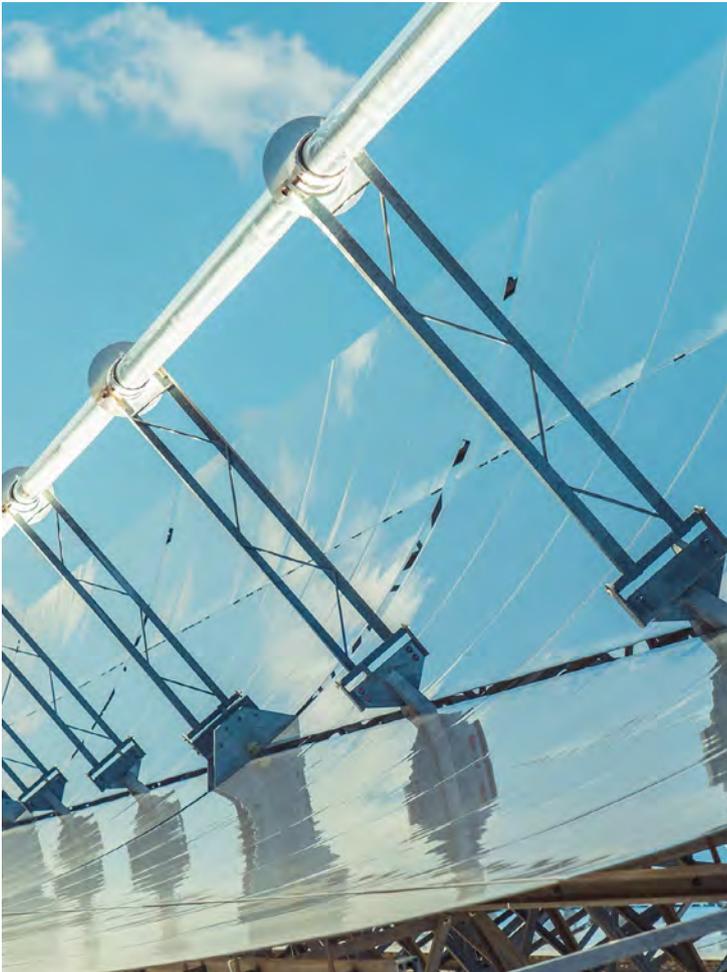


La lucha contra el cambio climático comienza en ING con sus propias operaciones. Desde 2007 es neutral para el clima y ha sido el primer banco en comprometerse con la descarbonización de la economía. En España, el 100% de la energía que se consume en ING es renovable y su nueva sede, ING MAD, es un edificio sobresaliente en sostenibilidad, con sello LEED platino en construcción y diseño.

Pero para ING, ser sostenible no es sólo reducir su propio impacto, sino que está en todas las decisiones que toma, como prestamista, como inversor y a través de los servicios que ofrece a sus clientes. En este sentido, trabaja para alinear su cartera de préstamos de 600.000 millones de euros con los objetivos del Acuerdo de París y usa el enfoque Terra, una metodología innovadora de medir el impacto climático de su cartera por sectores.

Pero en el banco también saben que acelerar el cambio es algo que no pueden hacer solos. Por eso, trabajan en la creación de coaliciones dentro del sector bancario, comparten conocimientos basados en la investigación y forman parte de iniciativas internacionales y locales como los Principios de Banca Responsable, el Compromiso Colectivo para la Acción Climática y los Principios de Ecuador.





ING es líder en financiación sostenible

ING dispone de una oferta completa de productos y servicios sostenibles para sus clientes. Su área de banca corporativa y de inversión ha sido pionera con la creación de un equipo de financiación sostenible y con el lanzamiento al mercado de préstamos verdes, bonos sostenibles y otros productos innovadores. Además, más de la mitad (51%) de la cartera de ING Real Estate en España es sostenible.

ING ha estructurado más de 4.000 millones de euros en bonos sostenibles, ayudando a múltiples clientes corporativos, financieros e institucionales. Destacan el primer bono sostenible de una comunidad autónoma (Comunidad de Madrid), el primer bono verde emitido por el ICO o el bono híbrido verde de Iberdrola, uno de los pioneros en este formato.

ING fue el primer banco en lanzar al mercado en 2017 el denominado sustainability improvement loan, un tipo de financiación que vincula el precio del

préstamo al comportamiento de la compañía en esta materia, y que ya ha sido elegida por compañías como Gas Natural, Abertis o Iberdrola.

El banco ha participado en la emisión de 20 préstamos verdes por un total de 10.000 millones de euros. Y ha contribuido a financiar 1.920 MW en energías renovables en España por valor de 2.872 millones de euros. En 2019, ING unió fuerzas con el sector, firmando el Compromiso Colectivo Español para la Acción Climática.

Pero igual de importante que financiar el cambio sostenible, es saber decir “no” o “sí, pero...”. Por eso, el banco examina cada transacción, aplicando estrictos criterios sociales, éticos y ambientales. En ocasiones, no financia ciertas operaciones o recomienda mejoras de sostenibilidad que el cliente debe hacer primero.

CASOS DE ÉXITO

ING “Naranjas por fuera, verdes por dentro”

ING asume su responsabilidad en todo lo que hace. Sus productos son sencillos y transparentes, su comunicación fresca y honesta. Dentro del compromiso con la reducción de su impacto medioambiental, nació la campaña “ING naranjas por fuera, verdes por dentro”.

La campaña tenía un objetivo claro, revisar todas sus prácticas internas para conseguir eliminar los plásticos de un solo uso del banco, y convertirse en un banco 100% sostenible. El plan de acción se puso en marcha junto a una estrategia de contenidos, durante los meses de noviembre y diciembre de 2019, agrupando todas las medidas bajo un mismo concepto, de tal manera que el impacto fuera mayor.

Se repartieron botellas reutilizables a todos los empleados tanto para uso individual como para las reuniones, se eliminó todo el menaje de plástico de las cafeterías y cantina, se mejoró el sistema de reciclaje, se quitaron todas las papeleras individuales y se ofreció formación a todos los profesionales. Era necesario sensibilizar e implicar a todos los empleados, algo fundamental para alcanzar el éxito.

Cada una de las medidas, llevó aparejada una comunicación específica, utilizando los diferentes canales del banco y usando formatos creativos para llegar a la gente. Se usaron las pantallas de televisión de las oficinas, se hicieron vídeos de sensibilización con empleados y directivos, se incorporó nueva cartelería y señalética en los espacios... todo acompañado de una identidad visual propia “ING naranjas por fuera, verdes por dentro”.

Además, para que los profesionales puedan aprender y experimentar de primera mano el porqué de esta campaña, el banco promueve el voluntariado medioambiental, a través de la limpieza de bosques.



ING
NARANJAS POR FUERA,
VERDES POR DENTRO
.....





LA SOSTENIBILIDAD ES UNA CUESTIÓN DE NEGOCIO

Para la compañía de tabaco y vapeo JTI, y su grupo matriz JT, la sostenibilidad es una cuestión de negocio. Como operador de referencia en más de 130 países en todo el mundo, el medio ambiente juega una pieza clave.

JTI es consciente de que el cambio climático puede comprometer la sostenibilidad de su actividad, así como el bienestar de las comunidades en las que opera. Por ello, la estrategia de sostenibilidad de la multinacional japonesa busca minimizar este impacto implementando prácticas comerciales respetuosas con el medio ambiente toda vez que con ello logra satisfacer la creciente demanda de los consumidores por productos más sostenibles.

JTI lo tiene claro, su negocio se verá beneficiado del cuidado del medio ambiente. Así, la compañía japonesa, y su grupo matriz, están plenamente comprometidos con los objetivos y principios de responsabilidad establecidos por las Naciones Unidas en esta materia.

Una clara muestra de este compromiso es la máxima calificación obtenida por la estrategia de lucha contra el cambio climático del Grupo JT en 2019 de acuerdo con la plataforma de calificación medioambiental de compañías CDP¹.



1.- CDP es la una organización sin ánimo de lucro que cada año ejecuta un sistema global de divulgación ambiental. Cada año, CDP apoya a miles de empresas, ciudades, estados y regiones para medir y gestionar sus riesgos y oportunidades sobre cambio climático, la seguridad del agua y la deforestación.



INICIATIVAS GLOBALES MÁS IMPORTANTES

Algunas de sus iniciativas más innovadoras en materia de cambio climático son:

1. Energía y Emisiones – Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero de sus operaciones en un 35% y de la cadena de suministro en un 40% antes de 2030.

- Ampliar el uso de energías renovables en todas las fábricas. Más del 30% de sus fábricas utilizan hoy en día energías renovables.
- Aranceles de eficiencia energética o certificados de energías renovables. Ejemplo: Certificado GBCI² obtenido por la fábrica de Taiwán en 2017 como líder en diseño sostenible.
- Uso progresivo del transporte marítimo y del ferrocarril como medios principales de transporte en contenedores. Paralelamente, se está sustituyendo progresivamente la flota de vehículos corporativos por modelos Eco.

2. Agua – Reducir el consumo en un 15% y el malgasto en un 12% antes de 2030.

- Fomentar consumo eficiente: reutilización de agua reciclada para procesos de producción.
- Análisis de gestión de riesgos en el 75% de las fábricas.
- Uso predominante de agua de lluvia para el regadío del campo de tabaco.

3. Deforestación – Asegurar suministro de madera sostenible

- Extender la agricultura sostenible y cursos de formación sobre prácticas de uso responsable del suelo, gestión de mecanización o conservación y rehabilitación forestal.
- Desarrollo de estándares forestales para agricultores. Ej.: fomentar la utilización de cobertizos de secado de tabaco sostenibles hechos de árboles vivos.
- Residuos – Reducir un 20% los desechos generados en sus operaciones Reciclaje de envases. JTI está adherida a un sistema integrado de gestión de residuos. En España este compromiso se gestiona a través de Ecoembes. El punto verde dispuesto en todos sus envases acredita que los mismos pueden y deben tener un ciclo de recuperación y reciclaje.
- Reutilización y reciclaje de cajas y pallets.
- Apuesta por una gestión de residuos más eficientes.

2.- Certificación GBCI: GBCI proporciona servicios de verificación de terceros para la certificación y acreditación a través de un proceso científico mediante el cual un producto, proceso o servicio es revisado por un tercero respetable e imparcial para verificar que se cumple un conjunto de criterios, reclamos o estándares.

CASOS DE ÉXITO

Una manera innovadora de reducir emisiones de “Alcance 3”

Una estrategia corporativa de cambio climático efectiva requiere una comprensión detallada de las emisiones de gases de efecto invernadero tanto interna, como externamente. Hasta hace poco, la mayoría de las empresas se centraban en medir únicamente las emisiones de sus procesos de producción y consumo de electricidad. Pero ¿qué ocurre con aquellas emisiones indirectas que se generan por la actividad de la empresa fuera de sus propios muros? Las emisiones de “Alcance 3” son aquellas emisiones indirectas producidas por terceros fruto de la actividad de la propia empresa. JTI se esfuerza cada día por reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en su cadena de valor. En concreto, la hoja de tabaco es su principal materia prima y, por ende, representa la mayor fuente individual de emisiones de Alcance 3 para su negocio.

Expertos agrónomos de la empresa japonesa en Zambia han desarrollado un método de curado de hoja de tabaco a través de graneros “Matope” o graneros de barro. Así, en 2018, los productores en Zambia instalaron más de 1.300 unidades de granero Matope.

Este modelo innovador de secado ha reducido en un 75% el consumo de madera utilizado, reduciendo las emisiones de CO2 en un 12%. Al mismo tiempo, esta iniciativa ha permitido mejorar la calidad de las hojas curadas e incrementar el rendimiento de estas en un 17%. Finalmente, el rendimiento de los proveedores locales también se ha visto positivamente afectada puesto que su rentabilidad ha aumentado aproximadamente en 400 dólares por hectárea.



CASOS DE ÉXITO

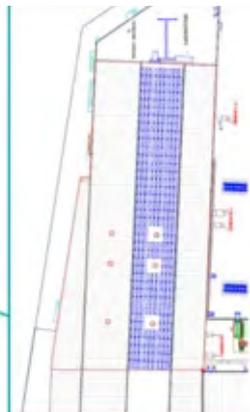
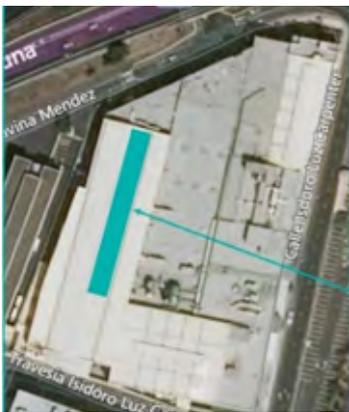
El sol, mucho más que vitamina D

En el esfuerzo global de la compañía por aumentar el uso de fuentes de energía renovables, hemos de destacar este proyecto desarrollado en la fábrica de JTI en Tenerife.

Esta fábrica cuenta con una ubicación privilegiada para la instalación de paneles fotovoltaicos debido a su envidiable localización geográfica, que garantiza una media de 9h solares diarias efectivas durante todo el año.

Hasta ahora había sido imposible llevar a cabo este proyecto por el alto coste de este tipo de instalación en España, sin embargo, la apuesta global de la JTI por la energía renovable ha llevado a impulsar en 2020-2021 la instalación de la primera fase de 100 kW de generación fotovoltaica en una de las cubiertas de la fábrica.

El 100% de la energía generada con la nueva instalación estará destinada al propio consumo de la fábrica, especialmente durante las horas diurnas, coincidiendo con el período de mayor consumo eléctrico. La instalación en cuestión contará con 600m² de paneles de alto rendimiento, junto con un sistema de monitorización en tiempo real que permitirá evaluar la eficiencia de la generación energética, posibles averías o puntos de mejora.



Esta primera fase (pues se pretende ejecutar una segunda fase en 2022) cubrirá el 4% del consumo energético actual del edificio, lo que equivale a un ahorro anual de 18.000 euros y la consecuente reducción de 45 toneladas al año de emisiones de CO₂.

De este modo, JTI con su fábrica instalada en Tenerife como ejemplo, pretende seguir apostando por el consumo energético responsable, reduciendo con ello su huella en el entorno.



PREOCUPACIÓN POR LAS PERSONAS Y EL MEDIO AMBIENTE

ManpowerGroup desarrolla su actividad con respeto y consideración hacia el medio ambiente. La compañía cree que el futuro del planeta depende en gran medida de la próxima generación y es por eso que trabaja por crecer en su negocio sin aumentar la huella ecológica. ManpowerGroup cumple con las regulaciones locales y nacionales para minimizar el impacto en el medio ambiente a través de la reducción de los residuos y el consumo de energía.

Las pautas para la gestión ambiental responsable se sustentan sobre el principio de “Reducir, reutilizar y reciclar” y están disponibles para toda la organización. Las iniciativas ambientales se implementan a nivel local y nacional para dar respuesta a las necesidades de cada zona en la que ManpowerGroup está presente.

La compañía se preocupa por las personas y por el medio ambiente y aspira a actuar con responsabilidad y servir de referencia en el actual mundo del empleo. ManpowerGroup ha construido una de las sedes más ecológicas del mundo; en 2009, la sede central de la compañía en Milwaukee fue reconocida por el U.S. Green Building Council con la certificación Gold Leed. Además, a finales de 2019 ha renovado el Gold Recognition Level de Ecovadis, que distingue los logros en materia de ética y medio ambiente y reconoce a aquellas empresas que cumplen los estándares de sostenibilidad internacionales más exigentes.

Como empresa que brinda servicios y soluciones profesionales, ponemos los medios necesarios para que su impacto ambiental sea bajo. Las áreas de mayor impacto de ManpowerGroup y, por tanto, aquellas dónde reside el potencial de mejora son: la energía utilizada en sus oficinas; los viajes de negocios y los residuos generados en las oficinas, incluidos papel y electrónica. La compañía ya ha reducido el consumo de energía y la huella ambiental de carbono resultante al reubicar sus oficinas corporativas en edificios con certificación ambiental; intercambiando aparatos electrónicos, luces y automóviles más antiguos por modelos más eficientes; mediante la consolidación de sus centros de datos y concienciando en la utilización de sistemas de teleconferencia, siempre que sea posible, antes que realizar desplazamientos y viajes; así mismo se compromete a utilizar el medio de transporte con menos impacto ambiental disponible y a un consumo de agua responsable.

ManpowerGroup ofrece orientación para una gestión ambiental responsable a toda la organización a nivel global y comparte buenas prácticas.

CASOS DE ÉXITO

Reducción consumo de papel

Actualmente, ManpowerGroup gestiona el 93% de los contratos mediante firma electrónica, lo que ha permitido reducir el consumo cerca de 10 toneladas de papel. Además, en las sedes corporativas de ManpowerGroup en Madrid y Barcelona, se mantiene la cultura de mesas limpias y oficinas sin papeleras, iniciativa que, además de promover la sostenibilidad, salvaguarda la confidencialidad al evitar que la documentación circule o se deposite en sitios indebidos.

Cada planta de las sedes corporativas dispone de puntos de reciclaje, contenedores de toners, de papel, de plástico y, contenedores para los residuos orgánicos.



CONSCIENTES DE SU RESPONSABILIDAD A LA HORA DE UTILIZAR RECURSOS



Resumen medidas implantadas

Para la compañía biofarmacéutica MSD, la sostenibilidad medioambiental es uno de los pilares de su RSC. Desde MSD reconocen que el cambio climático puede afectar significativamente a la salud mundial y, por ello, son conscientes de su responsabilidad a la hora de utilizar recursos de manera prudente, así como desarrollar innovaciones que permitan proteger y desarrollar el planeta.

En este sentido, MSD en España tiene implantado un sistema de gestión integrado de seguridad y medioambiente conforme a la norma ISO 14001:2015. De hecho, la Compañía fue distinguida con este certificado otorgado por AENOR gracias a su apuesta por la protección del medioambiente, por su gestión de forma proactiva del impacto medioambiental y su compromiso para disminuir el consumo de recursos, a generar menos contaminación y a fomentar la mejora continua.

Las medidas llevadas a cabo por MSD en España en este sentido se centran en garantizar las condiciones de seguridad y salud, tanto de sus empleados como de las empresas colaboradoras, y de proteger el medioambiente garantizando la prevención, el control y la minimización de las consecuencias ambientales de sus actividades, incluyendo el consumo de los recursos naturales, con el objeto de mejorar la eficiencia energética de la Compañía y reducir la huella de carbono como mejora frente al cambio climático.

Operaciones eficientes

El objetivo es reducir el impacto medioambiental a través de un uso eficiente de la energía, de las materias primas, de los residuos y con iniciativas de reducción del consumo de agua.

Diseño para el medioambiente

Para reducir el impacto medioambiental de los productos y envases utilizando la química verde, evaluando los ciclos de vida y diseñando otros principios sostenibles.

Reducir riesgos en la cadena de valor

El objetivo es reducir el impacto medioambiental a través de un uso eficiente de la energía, de las materias primas, de los residuos y con iniciativas de reducción del consumo de agua.

CASOS DE ÉXITO

Consumo de agua

MSD está especialmente comprometida con el cuidado y protección del agua y apuesta por lograr una gestión sostenible en sus operaciones y cadena de suministro. Para conseguirlo, la Compañía se ha comprometido a mantener el uso mundial del agua en o por debajo de los niveles de 2015 hasta 2025. En lo que respecta a su cadena de suministro, en el año 2018 recopilamos los datos del uso de agua también de sus proveedores, con el objetivo de controlar su impacto ambiental y ofrecerles nuevas oportunidades que ayuden a una reducción en su consumo.



En este sentido, hasta ahora han cosechado importantes resultados, ya que en el año 2018 la Compañía utilizó en sus operaciones unos 20,5 millones de metros cúbicos de agua a nivel mundial, frente a los 24 millones de metros cúbicos de 2015, lo que representa una reducción del 15% en el uso del agua.

Además, para seguir avanzando en estos objetivos, la Compañía se ha comprometido a seguir garantizando que sus vertidos de aguas residuales cumplan con las normas locales y nacionales y los requisitos internos de la Compañía; a conocer y controlar el uso del agua que emplean en sus operaciones; a controlar los riesgos relacionados con el agua en sus instalaciones y cadena de suministro; y a hacer públicos los datos sobre su uso del agua.

Emisiones GEI y consumo energético

Las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) a la atmósfera se generan en los procesos de fabricación e investigación de nuevas moléculas y fármacos, así como por la quema de combustible en los equipos y vehículos de la flota. Por ello, desde MSD se están cuantificando las emisiones procedentes de sus operaciones para cumplir con los estándares establecidos.

Para ello la Compañía ha establecido una serie de objetivos entre los que se encuentra la reducción de un 40% de los gases de efecto invernadero (GEI) para 2025 con respecto a los niveles de 2015. Por el momento, ya se ha conseguido una reducción del 19,6% de las emisiones de gases de efecto invernadero desde ese año.

Además, la estrategia energética de la Compañía está alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, en su esfuerzo por aumentar el uso de fuentes de electricidad renovables y realizar mejoras en la eficiencia energética. En este sentido, un 14,1% de la electricidad utilizada por MSD proviene de energías renovables, lo que sin duda es un avance importante para contribuir al logro de los ODS.

POR UN MUNDO MÁS JUSTO, MÁS HUMANO Y SOSTENIBLE

Oney Servicios Financieros considera que, en el marco de la globalización actual, la gestión empresarial responsable es clave para afrontar los retos económicos, sociales y medioambientales de un futuro sostenible. Por ello, trabaja para elaborar nuevas formas de consumo más responsables. Se compromete a limitar su consumo y se posiciona en la vía de la huella de carbono cero para todas las emisiones directas de sus actividades: tecnologías de la información, papel, plástico...

¡GREENACTIONS!

PLÁSTICOS

Instalación de contenedores amarillos Ecoembes en la oficina
Vasos de papel en las máquinas de café
Botellas de cristal para sustituir las botellas de plástico de los Colaboradores/as Fundación SEUR "Tapones para una nueva vida"

HUELLA DE CARBONO

Realización del Piloto de Teletrabajo "E-Work" y despliegue del proyecto, en marzo 2020 para reducir los desplazamientos.
Priorizar trayectos en tren frente al avión en desplazamientos profesionales.



PILAS

Instalación de contenedores de recogida de pilas usadas

PAPEL

Reducir un 50% el consumo de papel en 2022. Despliegue de ¡Doble o nada! Impresión a doble cara por defecto. Además, se limitará la cantidad de papel disponible en cada impresora bajo la supervisión de un equipo de 9 embajadores, miembros del Comité de RSC de Oney

AGUA

Instalación de filtros ahorradores de agua en todos los grifos de la oficina

LUZ

Cambio del sistema de iluminación > instalación de bombillas LED

CASOS DE ÉXITO

Oney se compromete a limitar su consumo y se posiciona en la vía de la huella de carbono cero para todas las emisiones directas de sus actividades: tecnologías de la información, papel, plástico...

«Por un mundo más justo, más humano y sostenible»

FUNDACIÓN SEUR

Oney España colabora desde 2015 en la campaña **“Tapones para una nueva vida”**, con el fin de ayudar a niños que sufren de alguna “enfermedad rara”. Dispone de dos contenedores en la oficina para facilitar la recogida de tapones de plástico y se apoya en campañas de sensibilización a colaboradores/as.

Además, con esta colaboración se ayuda a la conservación del medio ambiente pues todos los tapones son enviados a una planta de reciclaje (ACTECO), la cual procede a su compra y el dinero de la transacción es el que se invierte en ayudar a determinados casos de niños enfermos.

Si no se reciclaran, los tapones de plástico tardarían en degradarse 500 años. De esta manera, contribuye a luchar contra el cambio climático, ya que 1kg de tapones evita la emisión de 1,5 kg de CO₂. Oney España ha recibido un diploma reconociendo su contribución activa a la sociedad y al medioambiente, con un resultado de 143.715 tapones recogidos destinados a ayudar a 48 niños y niñas en total.

Tapones para una nueva vida®



E-WORK



En 2019 se llevó a cabo el Piloto del Teletrabajo bajo el nombre de “E-Work”, por primera vez en Oney España y tras su éxito, en 2020 la empresa ha comenzado su fase de despliegue en marzo 2020. Esto implica una modalidad de organización del trabajo de carácter no presencial, que permite que los Colaboradores/as puedan realizar su jornada laboral desde fuera de la oficina, ya sea desde su domicilio u otro lugar previamente autorizado, utilizando las tecnologías de la información.

El objetivo de este proyecto es definir fórmulas flexibles de trabajo que se adapten a las necesidades de sus profesionales, mejorando la calidad de vida, el bienestar y satisfacción de los Colaboradores/as, apostando por la conciliación de la vida personal y laboral.

El E-Work es un factor necesario y estratégico para adaptarse al mercado laboral, atendiendo a la creciente demanda de equilibrio entre vida profesional y personal, favoreciendo la conciliación y la flexibilidad

- La empresa gana en alquiler de espacios, calefacción, electricidad... Y tanto esta como el trabajador (desplazamiento, comida...) ganan en tiempo y dinero invertido para solventar una jornada laboral actual. También se reducen los gastos de los costosos viajes de empresa.
- Pero sobre todo quien más gana es el medio ambiente al bajar el volumen de automóviles en las calles en horas punta. Por otra parte, en los espacios de trabajo se reduce el uso de materiales necesarios para equiparlos y mantenerlos, lo que también supone una reducción las emisiones de gases de efecto invernadero. Una empresa responsable es una empresa enfocada a la sostenibilidad.
- Se reducen los accidentes de coche y por lo tanto las víctimas. Además, al bajar la tasa de contaminación habría menos afectados por enfermedades respiratorias y se reduce el estrés que conlleva el atasco diario. La preocupación por el bienestar de sus colaboradores/as es crucial.



PARTE ACTIVA DE LA TRANSICIÓN HACIA UN MODELO MÁS RESPONSABLE

Como líder en el sector de gran consumo, P&G es parte activa de la transición hacia un modelo más responsable, provocando un impacto positivo en el medio ambiente y creando valor tanto para la propia compañía como para sus consumidores, por lo que se marcó unos ambiciosos objetivos en materia de sostenibilidad de cara a 2020.

Dado que P&G ha cumplido ya varios de sus objetivos iniciales, en 2018 se vio en la necesidad de ampliar su acción lanzando Ambición 2030 que, entre otros objetivos, fijaba para Ariel reinventar y mejorar los hábitos de limpieza y ahorrar un 50% de recursos, entre los que se incluye el plástico virgen.

Actualmente el 86% de sus envases ya son reciclables y la meta es llegar al 100% antes del año 2030. También se ha propuesto reducir las emisiones de Gases Efecto Invernadero en un 50% y ya ha cumplido el reto de reducir el consumo de agua en sus instalaciones en un 20%.

P&G es consciente de que el reto de la sostenibilidad solo puede abordarse de manera conjunta, por lo que lleva a cabo alianzas estratégicas para el cuidado del medio ambiente. Un ejemplo de ello es su apuesta por Alliance for Ending Plastic Waste en la que suma fuerzas con más de 40 empresas, invirtiendo mil quinientos millones de euros en los próximos cinco años.

La reducción del consumo de agua es otro de los objetivos de P&G y, en este marco, ha puesto en marcha el proyecto 50L Home, apostando por la colaboración entre empresas, administraciones y las comunidades para desarrollar iniciativas innovadoras que permitan solucionar la escasez de agua que afecta a muchos territorios.

También se ha lanzado la iniciativa Holygrail, una medida innovadora con la que se busca la eficiencia en la clasificación de desechos plásticos a través de un etiquetado preciso de los envases y gracias a las marcas de agua digitales, creando envases inteligentes que facilitan el reciclaje.

CASOS DE ÉXITO



Utilización de PCR

Como parte de sus esfuerzos para promover el uso de materiales más sostenibles, P&G está impulsando el uso de resina reciclada (PCR) en sus envases, especialmente en sus marcas de Cuidado del Hogar y Cuidado de la Ropa.

Con respecto a la categoría de Cuidado de la ropa, P&G se marcó como objetivo duplicar la utilización de este componente en la fabricación de envases en sus detergentes Ariel, pasando del 25% al 50% del total en Europa, algo que ya ha cumplido satisfactoriamente, al igual que ha hecho con los suavizantes de la marca Lenor, que ya se fabrican en su totalidad con PCR.

Estos objetivos se han conseguido también en relación con sus productos de Cuidado del Hogar en Europa. En sus marcas Viakal y Don Limpio, P&G ha logrado la meta de fabricar un 70% de los envases a partir de PCR, mientras que en Fairy también ha superado el 65% marcado para 2020. Gracias a este material, P&G fomenta los avances hacia un modelo de economía circular que no solo no permita que los envases de plástico acaben inundando mares y océanos, sino que cada vez tengamos menos y mejores plásticos a su alrededor.

En este sentido, P&G se ha marcado el objetivo de alcanzar una reducción del 50% de uso de plástico virgen en el año 2030, año para el que también esperan haber conseguido que la totalidad del plástico que se utiliza para la fabricación de envases sea reciclable o reciclado.

Energías renovables

Otra de las iniciativas más exitosas que ha llevado a cabo P&G en materia de sostenibilidad es la utilización de energías renovables en sus fábricas. Con el objetivo de llegar al uso exclusivo de energías provenientes de fuentes renovables en 2030, P&G ya ha conseguido que el 100% de sus fábricas en EE.UU y Canadá solo se nutran de energías renovables. Es el caso también de España, que cuenta con dos fábricas, una en Mequinenza (Zaragoza) y otra en Jijona (Alicante). Ambas instalaciones utilizan solamente energías renovables en sus procesos de producción desde el año 2015.

La consecución de este objetivo es un paso significativo en el camino hacia la sostenibilidad que P&G lleva años emprendiendo, pero el trabajo no acaba aquí. La compañía tiene claro que los problemas medioambientales más acuciantes no pueden solucionarse de manera individual, sino que requieren de la colaboración de muchos agentes.

Este es el motivo por el que P&G continúa tejiendo alianzas que permitan prosperar tanto a las sociedades y el planeta como a las empresas que apuestan por este tipo de prácticas, de manera que se produzca una reducción de la huella de carbono a nivel global.

ACCIONES SOSTENIBLES CON UN VALOR MEDIBLE

Para Pfizer el camino hacia las prácticas comerciales ecológicamente racionales comienza con una mejor comprensión de la huella ambiental, su impacto y cómo está cambiando. Por ello, a través del programa Green Journey, la compañía biomédica lleva a cabo acciones sostenibles que producen un valor medible, tanto para el negocio y para la sociedad.

Con el Green Journey centran su estrategia medioambiental en tres áreas de actuación:

- Ayudar a mitigar el cambio climático y sus consecuencias.
- Minimizar el impacto ambiental de sus medicamentos y procesos, tanto en la cadena de suministro como a lo largo del ciclo de la vida de los fármacos.
- Gestionar de forma sostenible los recursos hídricos de los que disponen.



Los objetivos que se han fijado para 2020 se centran en:

- La disminución del 20% de las emisiones de gases de efecto invernadero
- La disminución del 15% de los desechos eliminados
- La disminución del 5% del gasto de agua

Debido a las características específicas del trabajo desarrollado en la planta de producción de San Sebastián de los Reyes (Madrid) sus principios de actuación vienen marcados por la Política de Seguridad, Salud Laboral y Medioambiente, que contempla la reducción y prevención de los riesgos ambientales y de contaminación, así como la compensación por el impacto ambiental de sus actividades. En la planta, debido a la naturaleza de los medicamentos que fabrican (artículos farmacéuticos estériles), las materias primas utilizadas tienen que cumplir unos elevados requerimientos de calidad. Como medida de responsabilidad, en los últimos años están reduciendo el stock tanto de estas materias primas, como de los productos químicos en general, con el fin de disponer de las cantidades estrictamente necesarias, siempre teniendo en cuenta la continuidad de negocio de la compañía.

Desde enero de 2019, la planta de producción en España utiliza electricidad de fuentes de energía 100% renovables. En 2019, en la planta se ha reducido en un 13,55% la generación de residuos no peligrosos, como papel, plásticos o cartón, y en un 41,17% los residuos que se llevan a vertedero, reducción causada por la segregación de los residuos orgánicos de esta partida y a su posterior envío a biometanización para la obtención de metano y compost.

CASOS DE ÉXITO



Campaña 'No waste'

Con la campaña '**No Waste**' fomentan la sensibilización ambiental entre sus profesionales, desarrollando cada año varias acciones encaminadas a disminuir su impacto ambiental.

Entre otros proyectos puestos en marcha en la sede central en España se encuentra, por ejemplo, el '**Bosque Pfizer**', a través del cual en 2019 han reducido el material caducado del almacén del 20% al 5%, así como el número de referencias en stock.

También contempla el '**Sistema de Gestión de Documentos Paperless**', mediante el que digitalizan las facturas de los proveedores y que les ha permitido reducir las impresiones un 18%, o el '**Clean Day**', que ha ayudado a reducir y reciclar 11 toneladas de papel y cartón.

Para más información: Memoria de Sostenibilidad 2019
https://www.pfizer.es/compromiso_social/innovacion_sostenible.html

CAMBIO CLIMÁTICO Y MEDIO AMBIENTE, FOCOS DE SOSTENIBILIDAD

Las principales megatendencias del s.XXI están estimulando el cambio en nuestro mundo hacia un futuro más sostenible.

Siemens, como grupo tecnológico líder, está comprometido con contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, a través de sus productos y soluciones, así como a través de prácticas empresariales responsables, mediante asociaciones estratégicas y actividades comunitarias específicas.

Además, su posición de liderazgo nos ofrece una oportunidad única para abordar la prioridad más urgente hoy en día: el cambio climático. De hecho, el mantenimiento del medio ambiente es el foco de sus esfuerzos de sostenibilidad, que impulsan internamente y junto con sus clientes - teniendo en cuenta toda la cadena de valor-, mejorando la eficiencia de la energía y los recursos.

Esto se refleja en su programa “Product Eco Excellence”, que impulsa el cumplimiento de los requisitos medioambientales en todo el ciclo de vida de sus productos, y se anticipa a futuros requisitos legales, de sus clientes o de la sociedad y que tienen como objetivo la conservación de los recursos. Su portfolio medioambiental representa su mayor contribución a la mitigación del cambio climático y consta de productos, sistemas, soluciones y servicios que cumplen uno de sus criterios de selección: la eficiencia energética y/o las energías renovables y ayuda a sus clientes de varias industrias, a mejorar permanentemente la eficiencia energética y a reducir las emisiones de CO₂.

Otro de sus programas que se lanzó hace cinco años es la Descarbonización de la empresa, Siemens fue la primera empresa industrial en comprometerse a ser neutra en carbono para 2030 de todas actividades que desarrolla subrayando así la necesidad de liderar con el ejemplo y contribuir a descarbonizar la economía en este siglo.



CASOS DE ÉXITO

Campaña #ZeroResiduos

En septiembre de 2019, Siemens decidió lanzar la campaña #ZeroResiduos en sus instalaciones. El objetivo de esta iniciativa es eliminar el uso de plásticos de todas las oficinas, fábricas y delegaciones de Siemens para concienciar a su plantilla y lograr que los más de 3.100 empleados establezcan así una relación más respetuosa con el medio ambiente.

La compañía quiere evitar el desperdicio de materiales y el coste generado por 16 toneladas de residuos al año. En Siemens, antes de la campaña, se desechaban más de 136.000 botellas PET de agua y refrescos que suponían casi 29.000 kg de CO₂ de emisiones. En este sentido, se han puesto en marcha 18 medidas para lograrlo. La primera consistió en la entrega a los colaboradores de una botella de cristal y una taza de cerámica.

Con esta última los empleados pueden incluso beneficiarse de un ahorro de dinero en las máquinas de café. Estos hábitos también se han trasladado a las salas de reunión donde se han eliminado las botellas de plástico por materiales biodegradables o de cristal.

Más allá de la lucha contra los plásticos y el reciclaje, Siemens ha comenzado a sustituir las máquinas de venta de comida por máquinas refrigeradas con certificación A+ y ahorro de energía en posición stand-by. Además, se ha abogado por instalar un “rincón verde” con productos saludables y en el que ir introduciendo paulatinamente envases más sostenibles.

Gracias a esta campaña, Siemens ha reducido un 42% la generación de envases de plástico como botellas, vasos o envoltorios. Además, los envases de papel y cartón han disminuido hasta un 23%. Respecto a la generación de residuos provenientes de las máquinas de vending y de la restauración de las sedes de Tres Cantos, Cornellá y Getafe, se ha visto reducido en un 13%. En general, la mezcla de residuos ha caído un 14%.

Estos resultados, comparados con el primer cuatrimestre de 2019, han sido muy positivos. El único material que se ha visto incrementado es el vidrio. Sin embargo, este se puede reciclar y hasta hace poco tiempo ni siquiera existía en los centros de Siemens.

Debido a los excelentes resultados y el gran seguimiento de la campaña por parte de los empleados de la empresa, Siemens ha decidido afianzar aún más su campaña ofreciendo descuentos para el café en las cafeterías de Tres Cantos, Getafe y Cornellá para aquellos que acudan con su propia taza.



POR UN FUTURO MEJOR PARA TODOS



En Sodexo están comprometidos con la lucha contra el cambio climático, es parte de su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa. Su hoja de ruta en esta materia, llamada Better Tomorrow 2025, establece los objetivos y compromisos que hemos adquirido para contribuir a un futuro mejor para todos: para las personas a las que atienden y emplean, para las comunidades donde operan y para el planeta y los recursos que todos compartimos.

Sodexo se ha comprometido a reducir sus emisiones de carbono en un 34% para 2025. Se une así al movimiento global de 87 empresas que han alineado sus objetivos con el Acuerdo de París para limitar el aumento de la temperatura del planeta a 1,5°C.

Como proveedor de servicios de alimentación, Sodexo apuesta por las compras sostenibles: el 95% de las frutas y verduras procede de proveedores locales; para 2025 todos los huevos serán de gallinas libres de jaulas; realizamos el 34% de sus compras a PYMES; tenemos una política de bienestar animal con requisitos para la crianza,

transporte y sacrificio de los animales, y el pescado utilizado es 100% sostenible, de acuerdo a los requisitos del Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF).

Están comprometidos con la lucha contra el plástico y el desperdicio alimentario. En las oficinas de Madrid y Barcelona se han eliminado las botellas de agua de plástico, instalando en su lugar fuentes de agua que han permitido ahorrar al año 9.000 envases de plástico. Sodexo está involucrando también a sus clientes en esta lucha, animándoles a eliminar los plásticos de un solo uso en sus restaurantes, sustituyéndolos por envases retornables o fabricados con materiales ecológicos y biodegradables.

Sodexo ha puesto en marcha un ambicioso programa, WasteWatch powered by Leanpath, para reducir a la mitad el desperdicio de alimentos.

Hemos reducido el consumo energético en sus sedes de Madrid y Barcelona y hemos obtenido la certificación ISO 50001 de Gestión Energética. Además, en aquellos centros donde Sodexo gestiona la energía se está implantando el uso de energía verde.

CASOS DE ÉXITO

WASTEWATCH BY LEANPATH, la lucha de Sodexo contra el desperdicio de alimentos

Un tercio de la comida que se produce a nivel global para consumo humano acaba en la basura, según datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Como proveedores de servicios de alimentación que atendemos diariamente a 100 millones de consumidores podemos jugar un gran papel en la lucha contra el desperdicio alimentario. Con este propósito, Sodexo ha lanzado WasteWatch powered by Leanpath, un programa que permite reducir, de media, un 50% el desperdicio de comida. WasteWatch se basa en la medición y análisis de los desperdicios generados, para optimizar las operaciones y concienciar a los equipos en esta lucha.

Sodexo se ha comprometido a implantar, hasta 2025, el programa en 3.000 centros de todo el mundo. Según el CEO de Leanpath, se trata de la mayor iniciativa de este tipo anunciada en la industria de la restauración y los servicios de comida.

En España los primeros pilotos del programa se han puesto en marcha en el sector hospitalario, responsable del desperdicio de 45.000 toneladas de comida al año. Los resultados de tres hospitales en los que se ha realizado seguimiento del programa durante seis meses evidencian una reducción media del desperdicio de comida de un 45%.

Leanpath es el líder mundial en medición y prevención de residuos alimentarios. En 2004 desarrolló la tecnología de seguimiento automatizado de residuos alimentarios que hoy proporciona.

RESTAURANTE SOSTENIBLE 360°, un proyecto de Sodexo e Inditex

Sodexo Iberia ha puesto en marcha, de la mano de Inditex, un proyecto de restauración basado en una filosofía de sostenibilidad 360° que apuesta por los productos locales, la reducción de residuos, la promoción de hábitos de vida saludables y la eliminación de plásticos de un solo uso.

Este modelo de restauración, implantado en cuatro restaurantes de Sodexo en Inditex, es único en el mundo. Tiene seis líneas de actuación:

- Productos locales: el 65% de la materia prima se compra a proveedores locales.
- Buen uso de los recursos y las materias primas.
- Economía circular para alcanzar el residuo cero: solo un 2,5% de los residuos generados en el restaurante son no reciclables.
- Un espacio eficiente y sostenible mediante el uso de energías renovables y el ahorro de agua.
- Ambiente confortable y con buenos hábitos alimenticios: hay opciones saludables a diario, así como dietas especiales (sin gluten, baja en sal, sin lactosa, entre otras); se llevan a cabo campañas de concienciación y sensibilización; y se ofrece información detallada de los ingredientes, alérgenos y valores nutricionales de cada plato.
- Libre de plásticos de un solo uso: se han eliminado las botella PET de agua y refrescos del comedor y las máquinas de vending. Todos los utensilios y materiales empleados en la cocina, el comedor y los servicios de delivery picnic son reutilizables o reciclables.

Los servicios de vending también se integran en este modelo de restauración sostenible: en las máquinas expendedoras de comida se ofrecen productos frescos, muchos de ellos de origen local, elaborados en el propio centro.

El objetivo es proteger y regenerar el entorno, reducir el impacto sobre el clima y los recursos naturales, garantizar una alimentación sana y responsable, impulsar la producción local y las variedades y razas autóctonas, contribuir a la concienciación y cuidar a los trabajadores y trabajadoras poniendo a las personas en el centro.

ENFOQUE DELIBERADO Y RESPONSABLE PARA LA PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

Thales está comprometida con un enfoque deliberado y responsable para la protección del medio ambiente. Este compromiso reflejado en su Código de Ética, ha sido un motor para el Grupo durante más de 15 años y se refleja en su política para reducir los impactos y riesgos ambientales en las diversas actividades en todo el mundo, en sus productos y en los distintos niveles de la organización.

Exige también este compromiso a sus proveedores, de hecho antes de trabajar para Thales deben aceptar cumplir con los requisitos ambientales de su Carta de Integridad y Responsabilidad Corporativa.

Además de garantizar el cumplimiento de las regulaciones aplicables y anticipar futuros cambios regulatorios, su política de medio ambiente tiene cuatro áreas clave de enfoque:

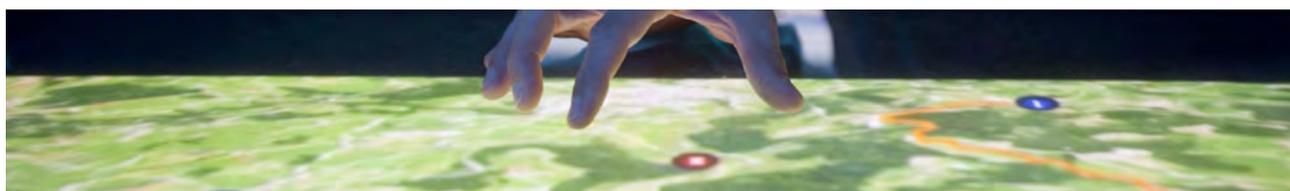
Prevenir los impactos en las personas y el medio ambiente de las actividades del Grupo: reduciendo y controlando los riesgos e impactos ambientales en la salud, al consumir menos recursos naturales y energéticos, respetando la biodiversidad y el patrimonio cultural

Tener en cuenta el medio ambiente en las políticas de productos y servicios: limitando su huella ambiental, desarrollando soluciones que sean beneficiosas para el medio ambiente, utilizando el medio ambiente como motor de innovación

Reducir significativamente su propia huella de carbono, así como la de sus clientes y la sociedad civil: al reducir las emisiones de sus propias operaciones, promoviendo soluciones bajas en carbono

Reducir significativamente su propia huella de carbono, así como la de sus clientes y la sociedad civil: al reducir las emisiones de sus propias operaciones, promoviendo soluciones bajas en carbono

Finalmente, siguiendo las acciones previas, en particular las tomadas durante la COP 21 en 2015, firmó también el Compromiso Empresarial sobre el Clima (11 de diciembre de 2017). Thales reafirmó su compromiso para combatir el cambio climático, por ejemplo, mapeando las emisiones directas e indirectas, reduciendo sus emisiones directas y desarrollando productos innovadores y servicios para ayudar a sus clientes a reducir sus emisiones.



CASOS DE ÉXITO

Desempeñar un papel clave en los principales programas para comprender el clima.

Durante más de 30 años, Thales ha participado en casi todas las misiones climáticas europeas proporcionando sistemas ópticos y de radar de alta resolución. Por ejemplo, la precisión de las mediciones obtenidas con su tecnología Poseidon, desarrollada en colaboración con el CNES, ha puesto de relieve la circulación termohalina de los océanos del mundo, un sistema de transporte de energía en relación con el clima global, así como el aumento del nivel del mar debido a calentamiento global. Thales ha invertido para proporcionar sus habilidades y contribuir al desarrollo de energías renovables. Por ejemplo, para facilitar el desarrollo de la energía eólica, se ha creado un material que absorbe las frecuencias de radio de banda ancha, evitando así que las turbinas eólicas interfieran con los radares de aviación civil, los radares de defensa y los de meteorología creando un efecto de enmascaramiento o activando alarmas falsas.



Cielos más limpios, transporte más sostenible y ciudades más inteligentes

Allá donde viajen los seres humanos, las tecnologías e innovaciones de Thales (aviones más ligeros, rutas de vuelo optimizadas, trenes y metros de ahorro de energía, flujos de tráfico urbano más suaves) ayudan a las personas a estar más seguras y más cómodas al tiempo que mejoran el rendimiento ambiental de los equipos.

Reducir el peso del equipo de la aeronave en 1 kg reduce las emisiones de CO_2 en 100 a 150 toneladas: en la aviación, cada gramo cuenta. Cada día, los satélites construidos para el espacio proporcionan datos del tiempo a más de la mitad de la población del mundo. Asimismo, Thales ha diseñado el simulador de helicóptero Reality H que reduce la cantidad de horas de vuelo y, por lo tanto, el consumo de energía. Este ahorro se obtiene gracias al desarrollo de un sistema de movimiento basado en la energía eléctrica, creando una eficiencia mucho mayor sin los riesgos de contaminación. Thales recibió una calificación A del Carbon Disclosure Project, confirmando su clasificación como una de las compañías más transparentes y efectivas en la lucha contra el cambio climático.

Un enfoque activo para reemplazar las sustancias de alto riesgo

Algunas sustancias químicas utilizadas en los procesos y productos de Thales pueden presentar riesgos para el medio ambiente y / o la salud humana y podrían prohibirse en ciertas áreas geográficas.

Consciente de este desafío, Thales ha lanzado un extenso programa de sustitución para anticiparse y protegerse del riesgo de obsolescencia mediante el desarrollo de soluciones duraderas lo antes posible. Los estudios realizados internamente o con socios industriales a menudo conducen a cambios importantes, como el rediseño de productos, la recalificación de procesos o la renovación de herramientas industriales.

Thales ha gastado más de 5 millones de euros para calificar más de 30 procesos industriales con el objetivo de reemplazar los cromatos en sus aplicaciones, implementar soluciones aprobadas en sus equipos y sistemas y garantizar la capacidad de sus contratistas para usar reemplazos en sus propios procesos.



La actividad de las multinacionales extranjeras es esencial en el desarrollo económico y social de España.

SOCIOS PROTECTORES



SOCIOS



Paseo de la Castellana, 95 - planta 15 | Edificio Torre Europa
28046 Madrid - España | Tel.: + 34 91 418 50 71
www.multinacionalesmarcaespana.org
secretaria@multinacionalesmarcaespana.org