

# “Cómo abordar el crecimiento sostenible, comprometido con la mejora del medio ambiente”

## ALIMENTACIÓN Y DISTRIBUCIÓN



**Jon Fernández de Barrena,** Presidente de Altadis y General Manager de Imperial Brands para Europa Occidental

De acuerdo a las directrices que define en su estrategia medioambiental el Grupo Imperial Brands, en Altadis nos hemos fijado el objetivo de seguir creciendo de manera sostenible y responsable, tratando de mitigar los impactos más significativos que nuestra actividad pueda generar allí donde opera la Compañía. Todo ello como muestra de nuestro firme compromiso y la importancia que concedemos a la protección del medio ambiente.

A este respecto, para definir nuestro comportamiento, nos hemos basado en algunos de los pilares fundamentales que sustentan la Agenda 2030 elaborada por la Asamblea General de la ONU. Así, procuramos el mantenimiento de una agricultura sostenible que garantice una calidad de suministro del tabaco, desarrollamos productos alternativos y aseguramos que nuestros empleados trabajen en un lugar seguro, prestando además especial atención a aspectos como la deforestación, los derechos humanos o el clima y la energía, que es necesario controlar puesto que pueden generar riesgos u oportunidades en nuestro negocio.

Muestra de nuestro esfuerzo por reducir las emisiones y aminorar los riesgos climáticos es haber sido reconocidos recientemente por la prestigiosa CPD (Carbon Project Disclosure), que nos ha incluido en su 'Lista A' para el cambio climático, figurando así en ese exclusivo 2% de empresas más pioneras a la hora de abordar la transparencia y el crecimiento sostenible. Esta privilegiada posición nos anima a seguir trabajando en el propósito de conseguir un mundo más limpio y sostenible.

**Manuel Barbadillo,** Presidente de Bodegas Barbadillo

Nuestra bodega viene demostrando desde hace casi 200 años su compromiso con la viña y el territorio. La responsabilidad ecológica es un proceso natural al que se llega por el gran conocimiento de la tierra, del vino y el respeto a todo el ecosistema.

Nuestro grupo bodeguero consi-



dera casi como un deber los valores intrínsecos a una empresa sostenible, que no son otros que crear valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras.

Para ello, acabamos de iniciar nuestra división ecológica, como un proceso natural inherente a nuestros orígenes y tradiciones centenarias.

Es fundamental seguir esta línea de actuación, ya que nos encontramos ante un consumidor cada vez más informado, exigente e interesado en una forma de vida más saludable, con una nueva mentalidad, más responsables con su entorno y el medio ambiente.

Y, ¿qué hay más sostenible que elaborar nuestros vinos en edificios (tenemos 16 cascos bodegueros en Sanlúcar de Barrameda) que fueron diseñados hace dos siglos atendiendo a criterios de sostenibilidad, medioambientales, de ventilación y equilibrio térmico? Con el objetivo de conseguir el microclima idóneo, los materiales que se usaron tienen una actualidad y practicidad inquestionable, siendo transpirables y permitiendo una refrigeración o calefacción naturales de las bodegas.

Esto, unido a la utilización de tecnología avanzada que ayuda a la mejora de la calidad de la uva y de su vinificación, nos lleva a la obtención de una mejor manzanilla y vinos de la Tierra de Cádiz que nos permitirá ese crecimiento empresarial unido al cuidado y respeto con nuestro entorno y el hábitat rural y urbano.



**Francisco Honrubia,** Director General del Grupo Faustino

Uno de los retos más relevantes al que nos enfrentamos las empresas y, particularmente las bodegas es conseguir un crecimiento sostenible como eje fundamental del negocio. Las propietarias de nuestro grupo vitivinícola y, por extensión, toda la dirección de la com-

pañía estamos directamente implicados en producir todos nuestros vinos de forma responsable y respetuosa con el entorno.

La protección del medio ambiente es uno de los pilares estratégicos del Grupo Faustino y uno de los compromisos adquiridos con la sociedad y nuestros consumidores. Para conseguir un crecimiento sostenible, entendemos que debemos volver al origen: la tierra y el viñedo y, a la vez, mirar al futuro pensando en el bienestar de las nuevas generaciones.

Nuestras prácticas en la viña buscan una menor huella ambiental, así como mejorar la seguridad alimentaria. Para ello, estamos implicados en desarrollar trabajos de I+D+i en torno a la viticultura 4.0. La digitalización de nuestros viñedos, la instalación de sensores en la vid para detectar su estrés hídrico y monitorizar factores medioambientales, la utilización de drones o el uso de CO<sub>2</sub> líquido fermentativo son algunas de ellas.

Todos nuestros procesos están controlados y registrados. Planificamos las actuaciones necesarias sobre tres ejes principales: energía, agua y residuos. Todo ello en base a múltiples acciones individualizadas cuya misión es la sostenibilidad y mejora del medio ambiente. Estamos focalizados en cambios estructurales en las bodegas para mejorar su eficiencia, desde la racionalización y el ahorro hídrico hasta la minimización en la gestión eficiente de los residuos.

Nuestro grupo bodeguero es una empresa familiar que tiene más de 150 años de historia. Gestionada en la actualidad por su cuarta generación, está presente en cinco denominaciones de origen a través de seis bodegas. Como primer exportador de Gran Reserva de Rioja una de nuestras misiones es conseguir que la elaboración de vino en las 2.000 hectáreas de nuestra propiedad se haga de manera sostenible y, por supuesto, comprometida con el planeta.



**Isabel López Resina,** CEO de Santa Teresa

El crecimiento sostenible, comprometido con la mejora del medio ambiente, solo es posible desde una cultura de empresa que meta en la ecuación de los resultados de la compañía este KPI.

En SANTA TERESA, altamente sensibilizados con este propósito, hemos asumido la responsabilidad ambiental que nos corresponde como PYME, y nos encontramos en pleno proceso de integración de los principios de protección del

medio ambiente con nuestra cultura empresarial.

Conscientes de la importancia de que todos debemos -y podemos- contribuir a un crecimiento sostenible, estamos trabajando para generar nuestra propia energía apostando por energías renovables (energía solar), así como en la disminución del plástico en los envases y la mayor utilización de materiales reciclados y reciclables. Además, promovemos alianzas y sinergias a nivel local, con el objetivo de preservar nuestro ecosistema.

En nuestra memoria de sostenibilidad, alineada con los ODS de la Agenda 2030, la contribución a la mejora del medio ambiente es uno de los pilares básicos.



**Miguel Justribó,** Chief Purpose Officer de Grupo Telepizza

El contexto social ha dejado claro que estamos ante una nueva era para los negocios. En las últimas décadas hemos experimentado una completa metamorfosis: irrupción de nuevas tendencias en el sector de la alimentación y cambios políticos, económicos y culturales que han provocado transformaciones conductuales en los consumidores. Las empresas debemos responder a estos nuevos retos con un propósito de compañía sostenible, real y que genere un impacto positivo en la sociedad.

Tanto es así que dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) definidos en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas se fija uno específico, el número 12, con el fin de garantizar un consumo y producción sostenibles. ¿Qué papel desempeñamos las empresas dentro de este nuevo contexto? El compromiso de asegurar la gestión eficiente de recursos, la viabilidad de impulsar medidas sociales inclusivas de carácter universal y el respeto hacia las exigencias de un consumidor y un empleado cada vez comprometido.

## ASOCIACIONES



**Pablo Sáez,** Director Gerente de la Asociación de Empresas de Conservación y Explotación de Infraestructuras (ACEX)

La nueva denominación del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana trata de transmitir el pro-

pósito del Ministerio de centrar sus esfuerzos en el objetivo de desarrollar una movilidad sostenible, eficiente y segura. Desde la Asociación de Empresas de Conservación y Explotación de Infraestructuras, ACEX, valoramos muy positivamente la reorientación del Ministerio y el cambio de estrategia que supone, priorizando la conservación y mantenimiento de las infraestructuras frente a la creación de nuevas construcciones.

La conservación de infraestructuras es imprescindible si se quiere lograr uno de los objetivos marcados por el nuevo ministerio, la movilidad, sin olvidar su aporte en la lucha contra la despoblación. En este punto, cabe recordar que el 84% del transporte de mercancías y el 91% del transporte de personas se realizan en nuestro país por carretera, por lo que el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana debería priorizar la carretera sobre otros modos de transporte, máxime teniendo en cuenta la escásima inversión en conservación y mantenimiento que se ha realizado en España a lo largo de los últimos diez años.

Animamos al Gobierno a trabajar para lograr un pacto de Estado en materia de infraestructuras que determine las necesidades de inversión y el porcentaje del PIB que sería recomendable invertir de forma sistemática, en infraestructuras.



**Javier Rodríguez,** Director general de la Asociación Española de Cogeneración (ACOGEN)

Las industrias que cogeneramos abordamos un crecimiento sostenible, comprometido con la mejora del medio ambiente. La cogeneración contribuye a la sostenibilidad económica, social y ambiental, a la competitividad industrial y a las políticas climáticas y de eficiencia energética. El 20% del PIB Industrial se fabrica cogeneración. Clientes de industrias alimentarias, papeleras, químicas, cerámicas, de refino, textiles... producen de forma eficiente y limpia con cogeneración, un pilar de competitividad para estas industrias calorintensivas a las que proporciona calor y electricidad eficiente, segura y sostenible.

Con cogeneración, industrias y sistemas energéticos son más seguros y resilientes, al ser generación distribuida, sincrónica, con garantía de potencia, amplia disponibilidad, flexible, firme y estable. Un respaldo a la estabilidad del sistema eléctrico que genera casi el 12% de toda la electricidad del país. A su eficiencia energética suma acción climática al ahorrar emisiones y utilizar combustibles renovables y de bajas emisiones como el gas. A futuro, de la mano de avances como el biogás, gas renovable, syngas, hidrógeno y captura de CO<sub>2</sub>, supondrá cero emisiones. Es la tecnología de descarbonización de la industria más utilizada y con mayor potencial para la neutralidad climática a 2050. Para 2050, las industrias cogeneradoras se comprometen a alcanzar la neutralidad climática. De la mano de la cogeneración, hacemos industria y hacemos futuro para el país.



**Almudena Alonso,**  
Presidenta de ADECEC

El compromiso con el medio ambiente se ha convertido en una prioridad ineludible para las empresas y se entiende por fin como indisolublemente ligado a la actividad económica, no como algo accesorio. Como grandes evidencias, el reciente WEF 2020 señala la pérdida de biodiversidad y el colapso del ecosistema como una de las principales amenazas para la humanidad que afectaría a la mitad del PIB mundial y el nuevo Pacto Verde marca un camino claro para lograr reducir a la mitad las emisiones de CO<sub>2</sub>. Ante este escenario, las compañías están adaptando estrategias, operaciones y dando pasos— más o menos decididos, según de quién hablemos— hacia ese crecimiento respetuoso con el medio ambiente, pero también en lo social y económico.

El rol de los comunicadores en este camino es el de saber escuchar y entender las prioridades de los stakeholders de la empresa, lo que piden y esperan de esa marca concreta y, en especial, entender lo que no piden y entra en el terreno del greenwashing o autobombo. Necesitamos relatos auténticos que respondan a un propósito real y, a partir de ahí, diseñar una comunicación coherente que entregue ese compromiso en cada punto de contacto y que movilice además a las audiencias para que asuman su rol en reducir la huella ecológica. Por supuesto, cada sector de actividad e incluso cada marca tiene unos retos distintos y pueden contribuir en aspectos que le son más propios. Aquí debemos asesorar a las marcas para que aporten con autenticidad y dónde mayor valor pueden generar, porque no solo comunicamos, sino que ayudamos a transformar las empresas y ser más sostenibles.



**Alberto Zoilo Álvarez,**  
Presidente de la Asociación para el Desarrollo de la Empresa Familiar de Madrid (ADEFAM)

La Unión Europea ha generado en las últimas décadas uno de los marcos regulatorios más exigentes del mundo en materia de sostenibilidad ambiental, al que ajustan su funcionamiento las empresas y constituye además un modelo de referencia para los ciudadanos. Eso significa que el respeto al medio ambiente está incorporado

desde hace mucho tiempo al ADN de las empresas europeas, lo que se concreta en cientos de normas y especificaciones a los que se ajustan los procedimientos empresariales en materia de producción, emisiones y tratamiento de residuos. Por tanto, la UE ha marcado una clara orientación al resto del mundo acerca de cómo deben abordarse la transformación hacia un paradigma de sostenibilidad que involucre al conjunto la sociedad civil. En este contexto, la existencia de un tejido productivo conformado en su inmensa mayoría en el Viejo Continente por empresas familiares aporta un plus en la consecución de los objetivos de sostenibilidad. Hablamos de empresas que cuidan los recursos, que basan sus estrategias en el largo plazo y que tienen un arraigo en el territorio en el que nacieron, donde se destinan sus excedentes de explotación. Todo ello da como resultado más progreso, estabilidad y bienestar en el seno de las sociedades donde están insertas estas empresas familiares. Su compromiso con la calidad y la excelencia incorpora en sus cuadros y equipos una sana tensión en pro de la mejora continua.



**Fernando Morcillo,**  
Presidente de la Asociación Española de Abastecimientos de Agua y Saneamiento (AEAS)

Desde el sector del agua, en particular desde la actividad profesional de los servicios urbanos de abastecimiento y saneamiento, consideramos que estamos muy comprometidos y que llevamos muchos años adaptándonos a estos nuevos objetivos de la humanidad. Si bien, es verdad que creemos necesario un cierto recorrido organizativo y tecnológico para una eficiente orientación hacia la "economía circular".

Nuestra actividad depende mucho de las autoridades locales, que deben generalizar las decisiones hacia una profesionalización de las prestaciones de los servicios: una clara aceptación del incontestable hecho de que solo las "economías de escala"—agrupación de municipios— favorecerán la eficiencia y permitirán atender las necesidades del ciudadano, así como que es necesario cumplir la Directiva Marco del Agua (del año 2000) en lo que se refiere a la cobertura de costes.

Un elemento fundamental para afrontar estos retos de futuro es satisfacer las necesidades del presente, por lo que se debe atender a la renovación de activos e infraestructuras y cumplir nuestros compromisos con la UE en materia de depuración de aguas residuales. Por ello, se hacen imprescindibles una financiación eficiente, atrayendo al mercado de capitales, y unas buenas reglas del juego (Regulador/Observatorio) modernas y orientadas a estos retos futuros.



**Elena Salgado,** Presidenta de la Asociación Española de Empresas de Consultoría (AEC)

Los objetivos de desarrollo sostenible representan una oportunidad única para los países desarrollados, que se enfrentan a importantes desafíos estructurales.

En los próximos años, la transición energética y la digitalización van a ser los dos vectores fundamentales del cambio. La innovación tecnológica es imprescindible para incrementar la competitividad y estimular el crecimiento económico, pero debe llevarse a cabo reduciendo el impacto medioambiental.

Las redes de transmisión y los centros de datos son, en sí mismos, grandes consumidores de energía (2,2% de la demanda global de electricidad en 2018), si bien la utilización de tecnologías como Inteligencia Artificial o Machine Learning está reduciendo su consumo hasta en un 40%.

Cuanto más innovadora es una economía, más se acelera la obsolescencia de servicios y productos y, en consecuencia, se consumen más recursos. Por ello es necesario potenciar la economía circular e incorporar en todos los procesos los objetivos de sostenibilidad.

Las empresas de consultoría TI son líderes en la incorporación de nuevas tecnologías en sus empresas y en las organizaciones a las que asesoran. Por eso son aliados fundamentales de la Administración y de empresas de todos los sectores para alinear estas dos transformaciones, tecnológica y medioambiental.

Para ello cuentan con profesionales responsables y motivados en el desarrollo de proyectos en forma medioambientalmente sostenible.



**Mar de Miguel,** Secretaria General de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM)

El sector hotelero madrileño, a través de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid, está muy implicado y trabajando en el desarrollo de estrategias destinadas a fomentar el crecimiento sostenible de nuestra industria y de nuestro destino, ya que la sostenibilidad no solo es una realidad vinculada con el medioambiente, sino también con lo social y lo económico.

Para ello, además de trabajar en innovaciones y soluciones tecnológicas que mejoren la gestión de los

recursos que empleamos, como el uso de materiales sostenibles, el reciclaje de plástico o el ahorro energético, es preciso seguir reforzando la colaboración público-privada para implementar la Agenda 2030 y alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible con los que estamos altamente comprometidos.

Para lograr avances en materia de sostenibilidad es preciso un mayor compromiso no solo por parte de las empresas, sino también de las instituciones y administraciones públicas a fin de que garanticen el cumplimiento de las normativas existentes por parte de todos los agentes que operamos en el mercado. Solo trabajando conjuntamente y aunando esfuerzos podremos conseguir un crecimiento de la industria respetuoso con el medioambiente que garantice la identidad y autenticidad de nuestro destino.



**Jesús Martín,** Presidente de AELMA

El desarrollo sostenible garantiza que las acciones y las decisiones que se tomen hoy no perjudiquen a las generaciones venideras y esta preocupación no es territorio exclusivo de una industria en concreto, sino que es algo que atañe a todas las actividades humanas que han de tener en cuenta y calidad; agua que hay que depurar, para lo que son necesarias buenas infraestructuras. En consecuencia, no disponer de las suficientes y que estas estén en estado óptimo, impide el crecimiento e imposibilita la mejora del medio ambiente, si es que no lo empeora.

Estabilidad política, establecimiento de créditos vinculantes para las infraestructuras en los Presupuestos Generales del Estado, desarrollo de la colaboración público-privada y un marco legal que garantice la seguridad jurídica son las bases de todo crecimiento comprometido con la mejora del medio ambiente.

Estabilidad política, establecimiento de créditos vinculantes para las infraestructuras en los Presupuestos Generales del Estado, desarrollo de la colaboración público-privada y un marco legal que garantice la seguridad jurídica son las bases de todo crecimiento comprometido con la mejora del medio ambiente.



**L. Javier Romero,** Presidente de la Asociación Española de Empresas de Tecnologías del Agua (ASAGUA)

Para asegurar la productividad es necesario disponer de infraestructuras suficientes y en buen estado. Son imprescindibles para que los países crezcan de forma sostenible y sostenida.

En España, a partir de 2009, la inversión ha venido a menos al soportar el peso del ajuste fiscal, lo que ha ocasionado que el stock de capital público no se haya acrecentado e, incluso, que haya perdido valor debido a su falta de conservación.

En lo que respecta al agua y en concreto al ciclo urbano, las infraestructuras son esenciales para conservar y mejorar el medio ambiente. Sin agua suficiente y de calidad para el abastecimiento y bien depurada para devolverla a la naturaleza, unas redes de abastecimiento y saneamiento actualizadas y la debida conservación, no se puede conseguir el medio ambiente adecuado que exige la Constitución.

El agua está presente en todas las actividades humanas que han de tener en cuenta y calidad; agua que hay que depurar, para lo que son necesarias buenas infraestructuras. En consecuencia, no disponer de las suficientes y que estas estén en estado óptimo, impide el crecimiento e imposibilita la mejora del medio ambiente, si es que no lo empeora.

Estabilidad política, establecimiento de créditos vinculantes para las infraestructuras en los Presupuestos Generales del Estado, desarrollo de la colaboración público-privada y un marco legal que garantice la seguridad jurídica son las bases de todo crecimiento comprometido con la mejora del medio ambiente.



**Ignacio García Magarzo,** Director General de ASEDAS

Desde las empresas de supermercados defendemos un modelo de crecimiento enmarcado en la triple sostenibilidad: social, económica y medioambiental. Esta es la fórmula no solo para garantizar el sistema de distribución alimentaria eficiente y competitivo que se ha formado en España a lo largo de las últimas décadas, si no para garantizar que se pueda seguir sirviendo a la sociedad en el futuro.

El medioambiente va a marcar gran parte de la agenda durante este año 2020 y el compromiso con él de



las empresas de supermercados es firme. El supermercado es hoy el modelo de distribución alimentaria más sostenible por razones de localización, surtido y reducción de la movilidad. Pero, además, tiene la vocación de liderar el cambio hacia la economía circular dentro del sector. Esto significa aplicar una visión completa de las áreas de actuación medioambiental, que van desde la reducción, reciclaje y reutilización de materiales –plásticos, cartones y vidrios– hasta la eficiencia energética en las tiendas y en la logística pasando por la gestión del surtido y del comercio electrónico.

Pero, para que la respuesta al reto medioambiental sea efectiva, debe ir acompañada por el mantenimiento de las condiciones que permitan a las empresas seguir siendo motor de crecimiento económico y creación de empleo en todas las regiones de España. Se trata, en definitiva, de considerar todos aquellos factores capaces de asegurar el crecimiento equilibrado de nuestro modelo de distribución alimentaria al servicio de los consumidores.



**Adolfo Jiménez**, Presidente de la Asociación Española de Asesores Fiscales y Gestores Tributarios (ASEFIGET)

Realmente, ¿es posible un crecimiento sostenible, no ya comprometido con la mejora, sino con el mantenimiento del medio ambiente? Es difícil de aceptar, queramos o no, que a lo largo de la historia el ser humano se ha servido de los recursos de la naturaleza para, a través de su manipulación, ya sea su destrucción o modificación, mejorar sus condiciones de vida.

Es cierto que en los últimos años debido a los descubrimientos, tanto en la ingeniería mecánica, como en la eléctrica, electrónica y, por supuesto, en la generación de energía, parece que se ha acelerado el "cambio climático", pero, ¿Qué hacemos?, ¿Negamos los beneficios que han supuesto estos descubrimientos? No parece que estemos dispuestos a ello, sobre todo cuando todavía en el mundo hay millones de personas sin acceso a la electricidad, al agua potable y con escasez de recursos.

La única forma de revertir este proceso sería un acuerdo entre todos los países para que cada uno utilizase sus recursos de una manera eficiente, cambiando radicalmente la gestión económica. Es decir, ser más solidario entre los países, algo impensable cuando no se consigue esa solidaridad entre los territorios de un mismo país y, España es un buen ejemplo.

La verdad, me parece más fácil que el ser humano empiece a mutar, para que pueda vivir adaptándose a las nuevas etapas o eras futuras.

**Carlos Reinoso**, Director General de ASPAPEL

El sector de la celulosa y el papel comparte una clara visión como bioindustria circular llamada a liderar



rar la descarbonización de nuestra economía. Bioeconomía y economía circular son los dos pilares de una nueva economía basada en el consumo sostenible. Bioindustria circular significa materias primas renovables, productos sostenibles, uso eficiente de los recursos y todo ello desde un enfoque circular. Este doble concepto es un potente instrumento para acelerar el progreso hacia una economía baja en carbono.

Por la trayectoria y las características medioambientales del sector, somos una de las industrias con mayor capacidad para afrontar este reto a través de la innovación en productos y procesos, atrayendo talento y capital.

No se trata de una visión de futuro sino de una transformación que ya está sucediendo en la industria de la celulosa y el papel española y europea, con grandes inversiones. En el periodo 2016-2019 el sector ha invertido en España más de 1.600 millones de euros fundamentalmente en innovación y renovación tecnológica, que suponen en torno al 10% de la facturación anual del sector.



**Santiago Aparicio**, Presidente de CECALE

La actividad empresarial en la década que vamos a comenzar va a estar marcada sin ninguna duda por la búsqueda del crecimiento sostenible y la implantación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en el marco de la Agenda 2030. Para ello, desde el ámbito empresarial, se lleva realizando un esfuerzo enorme para adaptar procesos y productos en esta transición a la sostenibilidad.

Forma parte del ADN de la Responsabilidad Social y Medioambiental de las empresas que, de forma voluntaria, consideran que deben contribuir al desarrollo sostenible, también como parte integrante de su estrategia de crecimiento y competitividad.

En España, y más concretamente en Castilla y León, CEOE y CECA-LE debemos liderar este proceso y actuar como promotores: por un lado, con las organizaciones y empresas miembro, que deben proponer iniciativas empresariales sencillas, hacer un esfuerzo para contribuir de forma activa a esta sostenibilidad y dar visibilidad a las actuaciones que ya se están realizando.

Por otro lado, junto a la Administración, debemos defender los intereses empresariales con absoluta responsabilidad, ayudando a elaborar las iniciativas necesarias orientadas a la descarbonización, transición energética, conectividad y digitalización, e innovación, a fin de

impulsar el crecimiento sostenible y sostenido del peso de nuestra industria en el PIB.



**Javier González de Lara y Sarria**, Presidente de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM) y de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA)

Qué duda cabe que, a través de la sostenibilidad, los objetivos y metas incluidos en la Agenda 2030 comparten la finalidad última de favorecer el crecimiento tanto de las economías globales y locales como, más particularmente, de las empresas. Estos Objetivos, dirigidos a cuatro grandes áreas –igualdad de género, economía circular, lucha contra el cambio climático y la corrupción–, son clave para alcanzar en los próximos años un desarrollo real e inclusivo.

Más en concreto, la protección del medio ambiente y la difusión de una cultura de mejora del entorno son retos a los que no podemos permanecer ajenos desde instituciones y empresas, consensuando actuaciones en materia de cambio climático, residuos, calidad del aire, prevención y control integrados de la contaminación, responsabilidad medioambiental, aguas... Aspectos todos ellos que condicionarán nuestra calidad de vida futura y la productividad de nuestro tejido empresarial.

En este sentido, resulta imprescindible que la legislación medioambiental encuentre un equilibrio entre la sostenibilidad y el crecimiento económico, con especial énfasis en la industria y la energía, elementos estratégicos para garantizar la competitividad de un territorio.



**José Antonio Sarria**, Presidente de la Confederación de Empresarios de Navarra (CEN)

Ya en el momento actual, y especialmente en el futuro inmediato, el crecimiento de las empresas, y de la sociedad en general, sin tener en cuenta la protección y mejora medioambiental, será insostenible. Tanto los Objetivos de Desarrollo Sostenible, como la atención a la comunidad donde estén ubicadas las empresas, han de pasar de ser buenas y meritorias prácticas de

el nuevo lunes  
ANIVERSARIO  
**39**  
1981 - 2020

de proteína animal con menos huella hídrica y de carbono. Es un sector altamente regulado en Europa y sus Estados Miembros, por lo que el pescado producido y capturado legalmente en España y en Europa es sostenible por definición. Se determinan cuotas de captura en base a dictámenes científicos, y los barcos fienan en zonas concretas, para especies asignadas con límite de captura, con artes de pesca específicas y legales. El trabajo conjunto de administración pública, sector y ciencia está ofreciendo unos grandes resultados.

Al hablar de sostenibilidad debemos tener en cuenta los pilares sociales que, en el caso del sector pesquero, van desde ofrecer un medio de vida a las poblaciones altamente dependientes de la pesca y de la acuicultura, como también a miles de pequeñas empresas comerciales. Estamos perdiendo el sentido del precio justo. Como consumidores, si queremos defender nuestro estado del bienestar y tener alimentos seguros y sostenibles, debemos reflexionar sobre que el precio no puede ser el único factor de toma de decisiones.



**Jaime García-Calzada**, Presidente de la Federación de Empresas de La Rioja (FER)

La Empresa Sostenible es un desafío muy presente en la Federación de Empresas de La Rioja (FER). Nuestra Organización Empresarial representa en La Rioja a multitud de autónomos y pequeñas y medianas empresas, también a grandes empresas, que llevan tiempo adaptando su actividad a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, tal y como lo hizo la FER a partir de su compromiso como firmante del Pacto Mundial.

Los ODS de Naciones Unidas tienen en la conservación y proyección del medio ambiente uno de los principales pilares: Acción por el clima, energía asequible y no contaminante, vida submarina y terrestre, agua limpia aparecen entre los objetivos a los que hay que alinear paulatinamente las actuaciones de las empresas.

La Empresa Sostenible es ya una realidad en la conciencia de los ciudadanos y uno de los verdaderos valores que podemos aportar a la actividad económica y al crecimiento y desarrollo de nuestro país, de nuestras ciudades y pueblos.

Aquella actividad empresarial que no tenga asumida en su propia cultura la conservación de los recursos naturales de que dispone o que tiene a su alcance no será adecuadamente valorada en su comunidad, no será una empresa sostenible, no será una empresa rentable para la sociedad.

Trabajar en el crecimiento sostenible es la mejor contribución que podemos hacer las empresas y los empresarios en los próximos años en nuestra contribución a una sociedad que busca el bienestar de todos los ciudadanos, a través de la protección y conservación del medio ambiente. Por tanto, seamos EMPRESAS SOSTENIBLES.

las compañías, apreciadas por la ciudadanía, a formar parte del ADN de las empresas, al mismo nivel que la atención al resto de todos los aspectos prioritarios vinculados al negocio.

El crecimiento no es más que un medio para alcanzar unos fines, y estos se deben traducir en mejorar el nivel y calidad de vida de las personas, conservando los recursos naturales y evitando el deterioro del medio ambiente. El desarrollo sostenible lleva consigo, por tanto, una redefinición y actualización de la economía de libre mercado, mediante la cual, hay que poner énfasis y trabajar en el beneficio de todos los grupos de interés vinculados a las empresas: accionistas, trabajadores, clientes, proveedores y comunidad.



**Mª Luisa Álvarez**, Directora Gerente de Fedepesca

La compra de proximidad en general, y de productos pesqueros en particular, es una gran apuesta por la sostenibilidad económica, social y medioambiental. Menos desplazamientos en coche, menos desperdicio alimentario, menos envases, menos aditivos, menos marketing y menos productos frescos y elaboraciones artesanales, productos de cercanía, profesionalidad, dieta mediterránea y saludable, con más cocina y variedades de especies, son señas del comercio de proximidad que permiten llevar una vida más saludable, sostenible y más cercana a las personas. El comercio de proximidad nos ayuda a alimentarnos de una forma más consciente, saludable y responsable, con menos impacto en el medio.

El consumo de productos pesqueros es una apuesta por la fuer-



**Joan Torres**, Presidente de la Federación Española de Asociaciones Profesionales de Técnicos Tributarios y Asesores Fiscales (FETTAFF)

En ocasiones olvidamos que existen otras posibilidades de desarrollo económico y sostenible comprometido con la mejora del medioambiente: la explotación económica de montes y bosques. Esta actividad prehistórica no es más que el aprovechamiento de los recursos que nos brinda la propia naturaleza.

Este sector aporta grandes beneficios desde el punto de vista ecológico (prevención de incendios forestales, protección de la flora y fauna), social (creación de puestos de trabajo, revaloración de los montes, mayor riqueza de la zona) cultural (turismo micológico, cinegética) y económico (explotación de la madera y derivados).

Pero ¿es posible obtener estos beneficios mencionados sin degradar los sistemas forestales? La respuesta es afirmativa siempre que se realice dentro del marco legal de la Ley de Montes y bajo un estricto Plan Dasocrático específico de la zona. Se trata de conseguir un equilibrio entre la explotación de los recursos y preservar el ecosistema.

Los bosques son un tesoro insustituible: aportan oxígeno y agua, absorben CO<sub>2</sub>, previenen la erosión del suelo, regulan el clima, previenen inundaciones, abastecen de agua a los acuíferos, mantiene la biodiversidad, ... etc. Deberíamos avanzar hacia políticas a corto y largo plazo que potencien el medio rural y marquen las directrices de un aprovechamiento óptimo y sostenible de los recursos naturales.



**Pedro Fortea**, Director General de Maifex

El ferrocarril debe ser el protagonista de la movilidad del futuro si se quiere alcanzar un crecimiento sostenible en materia de transporte. Este medio tiene un papel determinante en la lucha contra el cambio climático, ya que genera sólo el 0,7% de las emisiones totales de CO<sub>2</sub>, mientras que representa el 9% de la demanda mundial de movilidad.

Por este motivo, sólo promocionándolo como eje vertebrador de las políticas nacionales de transporte, se podrán alcanzar los objetivos marcados por la Unión Europea y los establecidos por la comunidad internacional. Su desarrollo contribuye, además, al fortalecimiento de la economía al impulsar una indus-

tria pionera en innovación y tecnología, capaz de dotar a la sociedad de soluciones de conectividad respetuosas con el medio ambiente.



**Bruno Gutiérrez Cuevas**, Presidente de la Plataforma de Edificación Passivhaus

Comenzamos un año vital en el sector de la construcción debido a que según la directiva europea 2010/31/UE, a partir del 31 de diciembre de 2020, todos los edificios que se construyan deberán ser de consumo casi nulo. Esto se traduce en que cada vez más agentes adoptarán el estándar Passivhaus, un concepto global que ha cambiado la metodología de construcción, logrando edificios con un consumo energético muy bajo y un grado de confort muy alto.

Las previsiones de las que disponemos desde la Plataforma de Edificación Passivhaus son realmente alentadoras, indicándonos que existe un fuerte compromiso adquirido por parte del sector. Cerramos 2019 con cerca de 120.000 m<sup>2</sup> certificados y tenemos indicadores que nos hacen prever que alcanzaremos los 450.000 m<sup>2</sup> certificados, en casi 300 proyectos, durante los próximos dos años, que mejorarán las condiciones de vida de los individuos y de la sociedad en general.

Esto demuestra que el sector de la arquitectura y la construcción se ha puesto las pilas y ha constituido como prioridad asuntos vitales para la nueva década que comenzamos. Y es que, el estándar Passivhaus ya es una realidad transversal: en 2019 hemos celebrado la finalización de varios proyectos de estas características en nuestro país que suponen hitos importantes; la primera residencia de ancianos, el primer edificio VPO en Aragón o el primer edificio de promoción pública para alquiler social de la Comunidad de Madrid.

Desde PEP, empezamos con entusiasmo un año en el que se esperan más avances y aún más rápidos. Algo fundamental para el futuro de la sociedad y del medio ambiente.



**Olga Martínez**, Presidenta de Produce, la Asociación Española del Dulce

Cero emisiones 'netas' de CO<sub>2</sub>, fuentes de energía limpias para los procesos productivos y reducción

de plásticos -con el objetivo de evolucionar hacia envases 100% reciclables- son algunas de las ambiciosas medidas que integran la 'hoja de ruta medioambiental' de las 70 empresas que integran la Asociación Española del Dulce.

El desafío que tenemos por delante en esta nueva década es mayúsculo, pero imprescindible para garantizar el crecimiento sostenible de nuestro sector. ¿Cómo vamos a saborear la vida hoy -como dice el lema de nuestra asociación-, si no podemos asegurar que nuestros hijos, nietos, lo hagan también mañana? [El momento es ya! Y defensores, como somos, de esos momentos de placer que nuestros productos generan, también debemos ser conscientes de que nuestro placer hoy no puede hipotecar el de las generaciones futuras.

Aunque queda mucho trabajo por hacer, es reconfortante e ilusionante ver cómo, poco a poco, todas las empresas del sector, independientemente de su tamaño, están interiorizando el compromiso con el desarrollo sostenible y poniendo en marcha diversas iniciativas. 2020 será un ejercicio clave, en el que nuestro sector demostrará su 'dulce' compromiso con el Medio Ambiente.



**Luis Crespo**, Presidente de Protermosolar

La inaplazable transición energética del sector eléctrico en Europa, sustituyendo centrales convencionales por renovables, está empezando a advertir un problema fundamental. Los elevados objetivos renovables de los Estados miembros de la UE sólo podrán conseguirse de dos maneras diferenciadas, bien mediante una sobre capacidad de tecnologías no gestionables, asumiendo un elevado nivel de vertidos y otras disfuncionalidades, o bien, incorporando tecnologías con almacenamiento, que contribuyan parcialmente a los objetivos.

España tiene la fortuna de ser un país con abundantes recursos eólicos y solares y de tener mayor facilidad para instalar centrales termosolares que cualquier otro en Europa, tanto por la disponibilidad de emplazamientos adecuados como por la capacidad tecnológica de nuestras empresas. Además, su almacenamiento térmico puede proporcionar servicios al sistema para mitigar el impacto de renovables fluyentes, sin necesidad de enormes inversiones en baterías.

Estudios de costes totales demuestran que es más barato

alcanzar el objetivo de renovables en 2030 con los 5 GW termosolares del PNIEC que sin ellos. La flota de generación dentro de una década dependerá de la evolución de los costes, pero, hoy por hoy, dicha decisión es muy razonable y contribuirá además a la creación de empleo y a la convergencia económica de las Comunidades Autónomas del sur, con una significativa participación en equipos y servicios del resto del país.



**Andrés Barceló**, Director General de UNESID

La sociedad, europea y española, está embarcada en una apuesta firme por la descarbonización y la sostenibilidad. La siderurgia también está comprometida con ello, y como muestra, nuestros órganos de gobierno adoptaron en 2019 un compromiso expreso con la descarbonización, estando dispuestos para que en 2050 todo el acero que se produzca en España sea climáticamente neutro. Para ello necesitamos que se nos acompañe en el proceso, con disponibilidad de energía "descarbonizada" a precios competitivos y una política de compras públicas que ponga en valor los esfuerzos que la industria europea hace por la sostenibilidad, el medio ambiente y la economía circular.

Los empresarios siderúrgicos españoles tenemos la suerte de contar con un producto, el acero, que es la columna vertebral de la cadena de valor de la industria metalmeccánica, y que se encuentra en todos los procesos industriales -como componente del producto final o como elemento imprescindible en la fabricación. La construcción, el automóvil, los bienes de equipo, la energía, no pueden concebirse sin la participación del acero. No será posible conseguir la neutralidad climática si la UE, y España en su propio ámbito, no desarrollan una política industrial acompañada que tiene que ser parte fundamental de la acción política en la lucha para mitigar el cambio climático.

Nosotros estamos trabajando intensamente, planificando y acometiendo esfuerzos en I+D pero también necesitamos abastecernos de energía eléctrica limpia y competitiva.

## AUTOMOCIÓN

**Pedro Malla**, Director General de ALD Automotive España

La automoción es uno de los sectores que más ha entendido la necesidad de transitar hacia un estilo de vida sostenible y ha sabido adaptarse a los requerimientos de esta nueva era. El aumento de la oferta y la demanda de coches propulsados por energías limpias y el desarrollo del concepto de pago por uso, con la popularización de servicios como el renting y el car-sharing, evidencian ese cambio de paradigma.



Poco a poco, el concepto de movilidad se ha ido modificando y han ido cambiando los hábitos de consumo de la sociedad. Si hasta hace unos años el coche en propiedad era la opción ganadora entre los conductores, cada vez adquieren mayor protagonismo estas otras alternativas como lo son el alquiler a largo plazo y el vehículo compartido.

Son dos soluciones para cuyo desarrollo está contribuyendo enormemente la popularización de la economía colaborativa y circular. Ya no es tan importante tener un coche de forma permanente, sino únicamente disponer de él cuando se necesita.

El éxito de estos nuevos servicios radica principalmente en que permiten a los conductores ahorrar tiempo y dinero a la vez que reducen su huella ambiental. Se trata de un 'win-win' en todos los aspectos.



**Raúl Morales**, Director de Comunicación de Faconauto

En Faconauto estamos comprometidos al 100% con el medio ambiente y lo demostramos en nuestra forma de entender el sector de la automoción y la movilidad. Trabajamos conjuntamente con el resto del sector y el gobierno para alcanzar una transición justa y la descarbonización.

En este año hemos apostado fuertemente por el vehículo eléctrico que todavía no está implantado con fuerza en España por la falta de infraestructuras de puntos de recarga. Hemos invertido alrededor de 68 millones de euros para instalar unos 12.500 puntos de recarga de vehículos eléctricos durante este año.

Como patronal somos conscientes de nuestro papel clave en la implantación del vehículo ecológico y estamos poniendo los medios y las inversiones para impulsarlo. Al haber un concesionario en cada ciudad o pueblo importante de nuestro país, los concesionarios, palpan la realidad, son la cara de la movilidad que ve el cliente; también por ello están en disposición de acelerar esta transición y de sea inclusiva, ya que sus puntos de recarga no estarán sólo en la España urbana, sino también en la vaciada.

**François Bottinelli**, CEO de Renault Trucks España

Renault Trucks es una compañía pionera en el desarrollo de soluciones de transporte que promuevan





el cuidado del Medio Ambiente. El crecimiento sostenible forma parte del compromiso de nuestra marca con la sociedad. Como fabricantes de vehículos industriales, somos conscientes del papel que nos corresponde en esta materia y, desde hace varios años, la reducción del consumo de combustible y emisiones contaminantes, se ha convertido en una absoluta prioridad para la marca. Debemos dirigir todos los esfuerzos en nuestro radar de acción, hacia la investigación y desarrollo de soluciones que materialicen, en la mayor medida posible, esta importante misión.

Es un reto y a la vez una oportunidad, el poder contribuir al progreso de la transición energética y tenemos claro que va a ser necesario el desarrollo de todas las tecnologías para poder lograr nuestras ambiciones. Renault Trucks lleva más de 10 años trabajando en proyectos de vehículos 100% eléctricos con clientes. Para dar solución al actual problema de la calidad del aire y concentración de emisiones contaminantes en la metrópolis, hemos lanzado en 2019 la Gama Z.E. 100% eléctrica, con 3 modelos que abarcan desde las 3,2 hasta las 26 toneladas, que cubren todo el segmento de la distribución urbana e interurbana, para acceso libre de emisiones a las grandes urbes. Además, centrados en el compromiso de abordar esta problemática, se lanzó ya en 2015 una gama de vehículos propulsada por gas natural, enfocados especialmente en el segmento de limpieza y reciclaje de residuos, para contribuir al desarrollo sostenible de nuestras ciudades.

## BANCA



**Javier Navarro**, Presidente de Arquia Banca

Hubo un tiempo en que el debate sobre el medio ambiente se dividía entre los negociacionistas del cambio climático y los que pensaban que adoptar políticas de crecimiento sostenible suponían un coste, pero no aplicarlas resultaría aún más caro.

Hoy, vemos atónitos cómo una niña de 17 años es capaz de convertirse en el foco de atención de los principales líderes mundiales, reclamando más acciones para frenar el calentamiento global. Pero algo más ha cambiado: además de existir ya un consenso sobre la emergencia climática y la necesidad de tomar medidas, el desarrollo tecnológico y la mayor concienciación social nos ha llevado a un punto en que para

las empresas empieza a ser más rentable tener en cuenta el cuidado del medio ambiente.

El sector bancario no es ajeno a esta realidad, y puede y debe tomar medidas para contribuir a preservar el entorno. Muchas iniciativas ni siquiera tienen por qué suponer un coste adicional. Así, por ejemplo, contratar el suministro de electricidad de toda una red bancaria en una compañía que ofrezca energía 100% renovable ha pasado de ser una opción más, a una medida responsable de reducción de costes. Para una entidad bancaria ofrecer productos financieros de inversión alineados con una política de responsabilidad medioambiental supone no solamente dar respuesta a la demanda de los clientes más concienciados, sino también ofrecer productos que aporten una mayor rentabilidad para todos los inversores.

En definitiva, el mundo está avanzando hacia un nuevo modelo de crecimiento, y el que no avance en esta línea puede quedar pronto fuera del mercado. Desde Arquia Banca estamos comprometidos con el cambio y estamos trabajando para contribuir a hacer realidad ese modelo más sostenible.



**Federico Gómez**, Director de Sostenibilidad de Banco Santander

Desde el punto de vista de la banca parece existir un consenso sobre el rol que este sector puede jugar en la transición hacia un modelo económico más sostenible, pero sin olvidar que no somos los únicos responsables y que nuestro papel esencial es el de facilitadores del cambio.

Recientemente, durante el transcurso de la COP25 celebrada en Madrid quedó patente la necesidad de establecer una taxonomía común que ayude a determinar qué es verde y qué no, de modo que las acciones que lleve a cabo el sector financiero, en algo tan esencial y de tanto impacto cómo dónde invertir el capital, estén basadas en datos confiables y medibles.

En Santander nuestro papel esencial es acompañar a nuestros clientes en su transición hacia una economía baja en carbono. La prueba de ese convencimiento es que nos hemos propuesto movilizar 220.000 millones de euros de aquí a 2030 en financiación verde y que hoy en día somos el banco líder mundial en financiación de proyectos renovables. Hemos asumido compromisos que van encaminados a acelerar esa transición, como no financiar nuevos proyectos o clientes cuya actividad esté relacionada con el carbón, y nos hemos sumado a los principios de banca responsable de la ONU y el Collective Commitment to Climate Change, que implican entre otras medidas asumir unos altos estándares de rendición de cuentas sobre la huella de nuestra cartera crediticia.

Además de nuestro papel como transmisores de financiación y crecimiento sostenible, tenemos nuestra propia responsabilidad como una organización que emplea a más de 200.000 personas y que deja su pro-

el nuevo lunes  
ANIVERSARIO  
39  
1981-2020

pia huella ambiental. También en este punto hemos dado importantes pasos, como el reciente compromiso de ser neutros en carbono en 2020.

Queda mucho por hacer, no hay duda, pero sabemos que vamos en la dirección correcta y así nos lo reconoce el mercado, ocupando la primera posición en el prestigioso Dow Jones Sustainability Index.



**José Luis Aguirre**, Presidente de Ibercaja

Los analistas se debaten entre si estamos en una época de cambios o en un cambio de época. Sea como fuere, hay tres claras tendencias económicas globales a las que hemos de adaptarnos. En primer lugar, como viene ocurriendo en Japón en las últimas décadas, en los países desarrollados nos vamos a acostumbrar a vivir con crecimientos del PIB, inflaciones y tipos de interés muy bajos. En segundo lugar, el objetivo de las empresas ya no es sólo maximizar valor para el accionista, sino conseguirlo a la par que se cumplen los parámetros de buen gobierno, compromiso social y minimización del impacto ambiental. En tercer lugar, el consenso científico nos advierte de las consecuencias del cambio climático para las generaciones venideras si no tomamos medidas ahora mismo.

Desde luego, los bancos, como motores de la economía productiva, jugamos un papel en la sociedad muy importante afrontando estos tres desafíos. Nuestra función como gestores del ahorro de nuestros clientes y financiadores de familias y empresas es una magnífica palanca para apoyar la imprescindible transformación de modelo productivo y de consumo que la situación actual requiere.

En Ibercaja estamos firmemente convencidos de ello. Somos miembros o tenemos alianzas con las principales instituciones que acreditan el compromiso con el medioambiente; presentamos en nuestro Informe Anual, auditado externamente, y en nuestra web corporativa los resultados conseguidos en esta materia cada ejercicio; organizamos y apoyamos decenas de iniciativas para difundir y sensibilizar a la sociedad sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que promueven las Naciones Unidas. En definitiva, aportamos nuestro "granito de arena" para que el crecimiento sostenible sea cada vez más una realidad que un deseo.

Es un interés con el que ganamos todos.



**Manuel Azuaga**, Presidente de Unicaja Banco

El progreso económico experimentado durante las últimas décadas se ha logrado incurriendo en elevados costes medioambientales que no se han visto reflejados en los indicadores económicos. A pesar del escepticismo mostrado por determinados colectivos, la constatación de las preocupantes consecuencias del cambio climático sobre el hábitat natural y las restricciones que pueden imponer al crecimiento económico futuro hacen necesario avanzar en la optimización en la asignación de los recursos naturales y en su uso eficiente, minimizando las emisiones contaminantes, en un marco en el que se garantice la seguridad de la oferta energética. El desarrollo de estrategias que permitan progresar en esta dirección demanda del concurso responsable de empresas, hogares y administraciones públicas. En este sentido, resulta necesario que, en su toma de decisiones, los agentes económicos consideren las implicaciones directas e indirectas sobre el medio ambiente, tomando conciencia de que las acciones individuales acaban teniendo un gran impacto colectivo. Asimismo, existe un cierto consenso en que los instrumentos de política económica disponibles se empleen potenciando, por un lado, tanto su función correctora de los efectos externos negativos como la preventiva de conservación; y, por otro, el desarrollo de procesos y tecnologías limpias, cuya implementación conduzca a conformar economías competitivas, sostenibles y cohesionadas.

## BIENES DE EQUIPO



**Dionisio Martínez de Velasco**, Managing Director de Dräger en Iberia

Como parte integrante de la sociedad, las empresas constituyen un activo fundamental en el desafío climático, el crecimiento económico sostenible y el desarrollo social. Estos tres factores se han convertido en objetivos clave que deben formar parte de las líneas estratégicas de una compañía y de su nuevo modelo de negocio.

El desarrollo y fabricación de la tecnología no debe mantenerse al margen del respeto ambiental, el compromiso y protección social.

Como modelos de actividad eficiente, las empresas tecnológicas deben desplegar esta responsabilidad a todos los ejes de la compañía, desde la concienciación del empleado, a la puesta en marcha del proceso productivo. Esto supone velar por el ahorro energético en las fábricas, el uso racional de materiales saludables y el establecimiento de una planificación y distribución eficiente de los productos.

Este es el enfoque que deben seguir las empresas, si quieren reducir su huella de carbono e impulsar una cultura medioambiental en equilibrio con la naturaleza y el crecimiento sostenible. La industria se ha convertido en un ecosistema digital que está capacitado para afrontar este reto ambiental. Y puede hacer lo que una política que incluya medidas orientadas a la producción eficiente, con los máximos estándares de calidad y cuidadosa con el bienestar social.

## BOLSA / INVERSIÓN



**Sasha Evers**, Director General de BNY Mellon IM para Iberia y América Latina

El objetivo de la UE de transición hacia una economía sostenible, con un empleo más eficiente de los recursos y bajas emisiones de carbono, requiere un marco que abarque todo el espectro de riesgo ESG. Por desgracia, el Plan de Acción sobre finanzas sostenibles lo hace parcialmente, al concentrarse solo en actividades e impactos relacionados con el clima.

Aunque el cambio climático es un tema sin duda importante, la práctica ausencia de aspectos "sociales" y de "gobierno corporativo" hace que el Plan de Acción no pueda considerarse como un marco ESG. Incluso en el aspecto "medioambiental" se excluyen cuestiones relevantes como el agua y la biodiversidad.

Construir un marco legislativo que se centre exclusivamente en un tema concreto puede tener repercusiones imprevistas para los inversores y las empresas. Por ejemplo, si la Comisión introduce normativas en el mercado que se concentran solamente en el cambio climático, los inversores podrían minimizar otros temas importantes (por ejemplo sociales y de buen gobierno).

Los equipos ESG dejarían de ser lo que son para convertirse en equipos climáticos, lo cual podría exponer las carteras de inversión a mayores riesgos en áreas ajenas al cambio climático. Esta concentración exclusiva también podría ser problemática para las empresas, que al ver cómo los inversores se concentran en el cambio climático responderían dedicando recursos a mejorar sus comunicaciones y divulgación de información sobre cuestiones climáticas. Esto podría ser a expensas de mejoras en otras áreas (movilidad social, desigualdad, calidad de productos, etc.), que pese a ser importantes no recibirían la atención que merecen. Esto pone de relieve la responsabilidad de los inversores de concentrarse en todos los riesgos

de importancia y de dedicar recursos a evaluarlos de forma acorde.



**David Angulo, Chairman de Dunas Capital**

El compromiso con la sostenibilidad no se puede abordar como una moda pasajera o una simple estrategia de marketing. A día de hoy, ya se puede considerar un elemento que ha llegado al mundo de las finanzas para quedarse y esto va a cambiar muchas cosas. Está demostrado que incorporar factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ASG o ESG en sus siglas en inglés) en las decisiones de inversión y en el ejercicio activo de la propiedad tiene un efecto significativo en las rentabilidades que se generan para los clientes. En ese sentido, consideramos que la sostenibilidad es un componente indispensable para la creación de valor a largo plazo, ya que no solo produce mejores rentabilidades financieras sino que además beneficia tanto al medio ambiente como a la sociedad en su conjunto. Esta es una tendencia que la ciudadanía reclama cada vez de forma más amplia, lo que está traducándose en unos mayores estándares de transparencia sobre cómo y dónde se invierte su dinero. Es nuestra responsabilidad conocer el impacto de nuestras inversiones y trasladarlo a nuestros clientes con total transparencia. En definitiva, en todo horizonte inversor a largo plazo un conocimiento detallado de la cartera es esencial para mantener la confianza de los clientes y los factores ASG van a jugar cada vez un papel más destacado.



**Tali Salomon, Directora de eToro para España y Latam**

Entre los resultados más importantes de las sesiones llevadas a cabo en la COP25, se destaca el compromiso de grandes empresas para acelerar la transición hacia las energías renovables. Un giro tan grande hacia la descarbonización de la industria energética denota la fuerte tendencia de los mercados de optar por modelos que contribuyan con la mitigación del cambio climático.

En concreto, la previsión de crecimiento del mercado de las energías renovables hasta el 2025 supera la cifra de los 2 billones de dólares. En línea con esta tendencia eToro ha incluido el portafolio temático "RenewableEnergy" entre sus CopyPortfolios:tm., para ofrecer a los inversores una cartera que ade-

más de ser rentable, garantiza el impacto ambiental positivo que buscan los usuarios a la hora de tomar decisiones.

Adicionalmente, es importante no perder de vista que desde la firma del Acuerdo de París en 2015, la regulación en temática ambiental es cada vez más rigurosa, por lo que una adecuada gestión de riesgo de las inversiones deben tener en cuenta su impacto ambiental. Las empresas comprometidas con la protección del medio ambiente encontrarán condiciones favorables para su crecimiento económico, al tiempo que consolidan su reputación entre los grupos de interés que urgen cada vez más a la empresa pública y privada para que tome las medidas necesarias para mitigar el cambio climático.



**Carla Bergareche, Directora General para España y Portugal de Schroders**

Creemos firmemente que esta década pasará a la historia como el momento en el que el cambio climático pasó de ser un tema "de interés" a un asunto ineludible que marcará desde nuestra manera de vivir a nuestra manera de invertir. Esto viene impulsado por la creciente preocupación pública, el aumento de la presión regulatoria y las mayores exigencias de la sociedad a las empresas, no solo para que comuniquen los riesgos relacionados con el clima, sino para que los solucionen. Hasta ahora sólo hemos visto la punta del iceberg de la inversión en el cambio climático. De hecho, aunque se hable mucho sobre el tema, pocos comprenden sus efectos secundarios. Todo esto otorga al mundo de la gestión, en concreto de la gestión activa, un papel fundamental. Nuestra industria debe servir para canalizar los flujos de inversión hacia negocios sostenibles, facilitando el cambio en las empresas en las que invertimos, exigiendo garantías climáticas y generando en el camino interesantes oportunidades de inversión para nuestros clientes. Creemos que las empresas que reconocen las amenazas que supone el cambio climático y aquellas que lo combaten, serán reconocidas más temprano que tarde por el mercado. En el otro extremo, las empresas que operen sin tener en cuenta las consecuencias medioambientales de su actividad se verán castigadas no solo por la sociedad, sino también por los mercados.



**Alberto Gallego, CEO de Willis Towers Watson Iberia**

La comunidad científica lleva décadas insistiendo en la importancia del cambio climático y, aunque al mundo empresarial le ha llevado algo de tiempo reaccionar, el compromiso medioambiental es ya parte fundamental no solo de las políticas de RSC, también de las de Recursos Humanos como vía para atraer y retener un talento que, especialmente de las generaciones más jóvenes, está muy implicado con la salvaguarda del planeta.

El cambio climático es, pues, un tema estratégico crítico y ha alcanzado firmemente la atención de las juntas directivas de las principales empresas del mundo. Además, para que las empresas puedan crecer de forma sostenible han de conocer los riesgos climáticos y medioambientales a los que se enfrentan y tomar las medidas adecuadas.

Desde este punto de vista, con más de 30 años de experiencia en la cuantificación de riesgos relacionados con el clima, Willis Towers Watson ha desarrollado un marco integral de evaluación de riesgos climáticos que, combinando analítica de última generación, consultoría de riesgos corporativos e ingeniería especializada, permite responder a dos cuestiones clave: ¿Qué significa el cambio climático para mi organización y ¿Cómo afecta mi organización al cambio climático? Si una compañía aún no se las ha planteado -ni tiene la respuesta- creo que ha llegado el momento de hacerlo.

**CONSTRUCCIÓN E INMOBILIARIAS**



**Antonio Martín Jiménez, Presidente de Grupo Avintia**

El crecimiento sostenible y, de manera más general, la sostenibilidad, es uno de los principales desafíos que afronta el sector de la construcción. Para abordar este reto, en Grupo Avintia entendemos la sostenibilidad en un sentido que va más allá de construir edificios energéticamente eficientes, creemos que la sostenibilidad y el respeto al medioambiente deben estar presentes desde el inicio del proyecto.

Nuestra forma de abordar esa sostenibilidad de principio a fin viene a través de la innovación, haciendo especial hincapié en la construcción industrializada, con procesos mucho más controlados, que no solo reducen en un 30% los plazos de ejecución, sino que permite un mayor aprovechamiento de los

recursos, reducir los residuos, gestionar mejor la eliminación de los mismos y reducir el impacto acústico en la zona de obra, entre otros, con la consecuente disminución de nuestra huella de carbono.

Asimismo, aplicar la innovación en la digitalización de la compañía nos está permitiendo llevar a cabo iniciativas como 'Cero Papel', que estamos implementando en nuestras oficinas y en la relación con nuestros clientes y proveedores.



**Cristina García Peri, Socia de Azora y Directora de Desarrollo Corporativo y Estrategia**

La sostenibilidad es uno de los principales retos a los que se enfrenta el sector inmobiliario. La sociedad nos está demandando una serie de medidas a las empresas para que actuemos y está en nuestras manos contribuir a paliar los efectos del cambio climático. Hay que tener en cuenta que los edificios generan entre el 40% y el 60% de las emisiones de carbono, por lo que el sector jugará un papel fundamental en el diseño de ciudades sostenibles a largo plazo. Mas aún, las empresas tenemos también que empezar a gestionar el impacto del cambio climático en cada una de nuestras inversiones.

La responsabilidad de las empresas sigue siendo buscar rentabilidad, pero a la vez tienen que generar un impacto en una sociedad cada vez más vigilante. Por eso también los inversores buscan cada vez más, edificios energéticamente más eficientes, que se adapten a una legislación que será más exigente en el futuro. La sostenibilidad medioambiental será cada vez más importante para garantizar la sostenibilidad financiera por lo que se está generando un círculo virtuoso que antes no existía y que tendrá mucho impacto, y positivo, en el sector.



**Aniceto Zaragoza, Director General de la Agrupación de Fabricantes de Cemento de España (Oficemen)**

A la hora de hablar de crecimiento sostenible suelen saltar las alarmas sobre los sectores cuyos procesos productivos tienen altas emisiones de CO2, entre los que se encuentra el nuestro. Pero es mucho menos conocido el gran poder mitigador que conlleva, a lo largo de su vida útil, la utilización del cemento y su

principal derivado, el hormigón, en la construcción. Durabilidad, inercia térmica, recarbonación y bajo mantenimiento, son alguna de las características inherentes al hormigón -principal derivado del cemento- con las que ningún otro material constructivo puede, hoy por hoy, competir.

Hablamos de un material 100% reciclable, que puede durar más de un siglo con un mantenimiento mínimo y cuya estabilidad térmica permite importantes ahorros que superan el 40% en la climatización de edificios; y todo ello, sumado, permite mitigar en el tiempo el impacto de las emisiones del proceso de producción, frente a otros materiales con aparente menor huella de carbono, pero mucho menos durables, como la madera artificial.

En este sentido, la industria del cemento presentó recientemente durante la COP25 su hoja de ruta para alcanzar la neutralidad carbónica en 2050, con un enfoque basado en la eficiencia y la innovación en toda la cadena de valor. Y no es un brindis al sol, ya en 2017 Oficemen presentó un documento que marcaba sus objetivos para la reducción de emisiones, pero que también relacionaba muchas de las buenas prácticas que la industria del cemento lleva ya décadas implementando.

Los fabricantes de cemento trabajan cada día para innovar y fabricar nuevos cementos bajos en carbono -reemplazando la materia prima por materiales descarbonatados-, primando además la utilización de combustibles derivados de residuos -muchos de ellos total o parcialmente biomasas y por tanto neutros en emisiones de CO2-. Esta última, palanca clave para lograr una reducción inmediata en las emisiones, sigue siendo la asignatura pendiente en España, donde la contestación social, fruto del desconocimiento la mayoría de las veces, impide que se generalice esta práctica, fomentada incluso por autoridades y formaciones ecologistas en muchos de nuestros países vecinos como Austria, Alemania, Noruega o Suiza, donde el porcentaje de sustitución de combustibles fósiles supera ampliamente el 60%.

**ENERGÍA**



**Ignacio Osorio, CEO de Ampere Energy**

La sostenibilidad es y debe ser una parte fundamental de la estrategia de las compañías para impulsar su crecimiento y, por supuesto, para generar valor a largo plazo. Desde nuestros inicios, en Ampere Energy hemos trabajado para promover un modelo energético más eficiente y sostenible basado en el autoconsumo y la gestión inteligente de energía. La combinación de nuestras baterías inteligentes asociadas a instalaciones solares contribuye directamente a la descarbonización de la energía, disminuyendo notablemente el uso de combustibles fósiles y energías contaminantes.

Los equipos diseñados por Ampere Energy monitorizan en tiempo real la energía generada por los módu-

los o paneles fotovoltaicos, la energía almacenada y la que previsiblemente consumirá el usuario. Tienen la capacidad de optimizar la instalación de autoconsumo, maximizar los ahorros en la factura eléctrica para el cliente final y fomentan, a su vez, el uso de energías limpias.

El crecimiento sostenible de la sociedad actual pasa por una mayor penetración de las energías renovables, para lo que será necesario el apoyo de los gobiernos con políticas que sigan fomentando entre los ciudadanos el empleo de las fuentes renovables; así como un mayor respaldo de la iniciativa privada, y un firme compromiso de la sociedad con la eficiencia energética y el medio ambiente.



**Fernando Soto**, Director General de AEGE

AEGE comparte la prioridad de la transición ecológica y entiende la transformación energética e industrial que supone. La industria electrointensiva juega un papel clave en esta transición que requiere de unas políticas energética e industrial coordinadas. Los electrointensivos trabajamos para mejorar la eficiencia energética y reducir emisiones, optimizando los procesos e invirtiendo en digitalización e innovación, y con nuestro patrón de consumo eléctrico facilitamos la integración de las renovables. Queremos seguir produciendo aquí y no vemos desplazados por competidores con mayor apoyo de sus gobiernos, pero pagamos la electricidad más cara que nuestros homólogos europeos: 20-25 €/MWh más, lo que compromete nuestra competitividad.

Urge aprobar el Estatuto de Consumidores Electrointensivos con medidas como las que disfrutamos nuestros competidores europeos: compensación de cargos de financiación de las energías renovables, exención de peajes de transporte, promoción de contratos PPA con renovables competitivos y con garantías del Estado, etc., además de la compensación del CO2 indirecto, un Estatuto que facilite un precio eléctrico competitivo y predecible, que permita mantener y reforzar inversiones, promoviendo actividad y empleo, que dé certidumbre y seguridad jurídica a una industria que es motor de la economía.



**José Luis López de Silanes**, Presidente del Grupo CLH

El principal reto al que se enfrenta la humanidad durante los próximos años es lograr reducir las emisiones

de gases de efecto invernadero, con el fin de limitar el incremento de la temperatura media mundial, haciendo frente al mismo tiempo al aumento de la demanda de energía mundial impulsado por el crecimiento de la población y la mejora de su calidad de vida.

Para hacer frente a este importante reto será necesario un esfuerzo concertado por parte de todos los países del mundo y de todos los sectores económicos, con el objetivo de continuar avanzando en la mejora de la eficiencia energética y el uso de las energías renovables, con el fin de lograr un modelo de crecimiento más sostenible.

Sin embargo, incluso en los escenarios más exigente, el sector del transporte seguirá dependiendo del petróleo en buena medida en el horizonte de 2040.

Por ello, estamos convencidos de que el sector del petróleo puede desempeñar un papel muy relevante en el proceso de transición energética y en la reducción de emisiones, principalmente, a través de la introducción de mejoras sustanciales en el proceso de extracción y refino; la incorporación de mayores eficiencias en los motores y el desarrollo de combustibles más limpios.

Además, desde este sector y también desde CLH estamos plenamente comprometidos con el objetivo de la Comunidad Europea de reducir el nivel de emisiones de gases de efecto invernadero y queremos ser parte activa en su consecución, como demuestra el esfuerzo que estamos realizando todas las empresas del sector por reducir nuestras propias emisiones.

En este sentido desde CLH también hemos desarrollado una estrategia de sostenibilidad que prevé reducir en un 50% las emisiones hasta 2025 y eliminarlas completamente en el horizonte de 2050, en línea con los Acuerdos de París de diciembre de 2015 (COP 21), contribuyendo así a los objetivos de desarrollo sostenible (ODS).



**Verónica Rivière**, Directora General de GASINDUSTRIAL

La industria, motor económico del país, está seriamente comprometida con el desarrollo sostenible y con la acción por el clima. La gran capacidad de la industria para innovar y adaptarse al entorno, generando riqueza y empleo de calidad, es una de las claves en la mejora del medio ambiente. Desde GASINDUSTRIAL estamos convencidos de que la industria es un elemento tractor para llevar al país al futuro, actuando como un actor clave para el desarrollo sostenible. Si no se tiene en cuenta a la industria, la transición ecológica no alcanzará sus objetivos.

Pero la industria necesita ser competitiva para abordar ese reto y hoy por hoy está lastrada por el coste del gas. Un industrial español paga por los costes regulados del gas hasta el triple que sus competidores europeos, un verdadero freno al desarrollo. El precio del gas resulta determinante para la competitividad de la industria por lo que urge continuar el proceso de bajada de los peajes, contar con una fiscalidad acorde con la de los países de nues-

tro entorno e impulsar MibGas con mayor volumen y presencia directa del consumidor industrial.

Para un crecimiento sostenible necesitamos atención clave a la industria en la descarbonización de la energía y acompañarla en esta transición. Hay que avanzar para descarbonizar los consumos energéticos industriales pero, hoy por hoy, la industria necesita de demanda térmica que solo puede suministrarle el gas. Estamos convencidos de que, de la mano de avances del sector gasista como el biogás, gas renovable, syngas, hidrógeno y captura de CO2, la industria continuará avanzando hacia la neutralidad climática.



**Ernesto Macías**, Director General de SOLARWATT España

Estamos cerrando la segunda década del siglo XXI, en este año 2020, con una acumulación de retos que no por esperados son fáciles de afrontar. Sin embargo, podemos y debemos.

La emergencia climática, como ya se denomina la situación a la que nos enfrentamos se ha de acometer con soluciones que se han de conciliar con el llamado "crecimiento sostenible". Crecimiento que, para algunos, más bien debería ser, urgentemente, "decrecimiento sostenible", definido con 7 criterios básicos de actuación por el economista Serge Latouche. Entiendo que va a ser muy complicado cambiar un modelo económico basado en incrementar el consumo, pero en esa dirección deberíamos caminar.

Un ejemplo: relocalizar y reducir al máximo el impacto del transporte. Es decir, comprar productos que se produzcan cerca de donde vivimos. Aporta muchísimas ventajas, desde fomentar el empleo y la riqueza a reducir las emisiones. Solarwatt fabrica en Alemania con proveedores, cuando es posible, cercanos. El fenómeno de la deslocalización hizo mucho daño a la industria europea y, de alguna forma, se debería revertir. En el sector de las energías renovables de la energía y en muchos otros.



**María Luisa Huidobro**, Consejera Delegada de Villar Mir Energía

La implantación progresiva de un modelo de mercado eléctrico basado en la generación con energías renovables depende del proceso de inversión en curso. Los datos del PNIEC aprobado el pasado 20 de enero indican que solo se instalarán



durante este año 2.700 MW. De seguir esta tendencia, no podrán cumplirse los objetivos del plan del clima para esta década, a pesar del aparentemente gran volumen de capacidad solicitado de acceso y conexión a Red Eléctrica de España. La homologación con la EU de los criterios de saturación de los nodos de las redes permitiría elevar el número de proyectos varias veces respecto del objetivo de la década, como corresponde al inicio de cualquier proceso de inversión.

Sin duda, un diseño de subastas de renovables en régimen multilateral y con la participación como adquirentes de consumidores y comercializadores y con distintos plazos facilitaría la financiación del proceso de inversión.

Las decisiones de los consumidores a favor de la participación en mercados de reserva, del autoconsumo renovable o del transporte y movilidad exentos de emisiones son, en suma, muy relevantes para la sostenibilidad en términos económicos y medioambientales y de mejora de las condiciones del aire de las grandes ciudades. Falta una respuesta suficiente desde la regulación y por parte de la industria (vehículo eléctrico y exento, cargadores de vehículos) que facilite estas decisiones. Desde Villar Mir Energía venimos incorporando nuevas posibilidades para nuestros clientes, como es el caso de las zonas de regulación para los productores edíficos, y esperamos que las nuevas normas que vean la luz este año permitan ofrecer nuevas posibilidades y productos a nuestros clientes en el marco de la electrificación de la economía.

## INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA DE CONSUMO



**Ángeles Delgado**, Presidenta de Fujitsu España

Fujitsu es una organización que tiene un desarrollo sincero y con un gran sentido de la responsabilidad. Reconocemos que la protección de nuestro entorno es de vital importancia. Mediante la utilización de nuestra experiencia tecnológica y los talentos creativos en la industria de las TIC, buscamos contribuir a la promoción del desarrollo sostenible y por ello está en cada acción que llevamos a cabo, ya que lo consideramos clave para el futuro a nuestra sociedad.

Cada día en el trabajo con nuestros clientes, buscamos reducir el impacto medioambiental en las actividades de negocio. Promovemos de forma activa modelos para que la economía y el medioambiente coexistan armónicamente. Reducimos el impacto de nuestros productos en el clima. Estamos comprometidos con el ahorro de energía y practicamos las 3R, reducir, reutilizar y reciclar, tanto en nuestros negocios como con nuestros empleados.

Nuestra "Política Ecológica 2020", es una visión medioambiental a medio plazo, que establece objetivos intensos, con los que instauramos reformas internas y conservamos la biodiversidad. Creamos tecnologías, soluciones y colaboramos intensamente con los distintos actores para lograr, entre todos, una sociedad próspera baja en carbono.

Fujitsu avanza energicamente para contribuir a la reconstrucción y a la protección del planeta. Aumentamos nuestras capacidades en este sentido, promoviendo la modernización de la sociedad bajo una clara visión de innovación centrada en la personas y en el cuidado de todo el entorno que nos rodea.



**Almudena Santamaría**, Directora de Marketing de Hisense Iberia

Desde Hisense creemos que ningún sector, empresa o profesional puede permanecer al margen de la responsabilidad medioambiental. En este sentido, reinvertimos una importante cantidad de los ingresos anuales en nuestros 12 centros de I+D para el desarrollo de nuevos productos, cada vez más eficientes y capaces de liderar el camino hacia una tecnología cada vez más sostenible.

Por ejemplo, muchos de los productos de Hisense como televisores, frigoríficos o lavadoras ya cuentan con un certificado de eficiencia energética A+++ . Es esta combinación de diseño, innovación y eficiencia la que nos permite acercar la última tecnología a los usuarios, que ahoren en el consumo energético y favorecer así el crecimiento sostenible.

Pero no solo aplicamos esta filosofía de sostenibilidad a los productos, sino también a los procesos de fabricación. Para ello implementamos en nuestras instalaciones sistemas de reciclado que, además de contribuir a la mejora de su rentabilidad, permiten reciclar el cartón desechado, el plástico, el poliestireno, la espuma y otros materiales, reduciendo así el impacto medioambiental.

**Javier López**, Director General de SERES

Desde su origen, SERES es una compañía comprometida con el medio ambiente, la sostenibilidad y la diversidad. Somos una compañía "100% carbono neutral" y desarrollamos todas nuestras actividades de acuerdo con un profun-



do compromiso con la sostenibilidad del planeta, apoyado en una estrategia corporativa orientada a un objetivo "Cero emisiones". Además, y esto es lo más importante, nuestra actividad, nuestros productos, soluciones y servicios, contribuyen de manera directa a mejorar la salud del planeta.

Nuestro impulso propone la dematerialización de los documentos y su intercambio electrónico, para conseguir la reducción progresiva del uso de papel, hasta la eliminación definitiva de este consumo nocivo. Proponemos eliminar el uso de papel en la gestión documental, especialmente con la impresión de facturas, gracias al impulso de la Factura Electrónica. De hecho, se estima que para un envío de 2.000 facturas al mes se evita la tala de cerca de 4 árboles y se reduce un 0,72 Tm las emisiones de CO2. Así, gracias a nuestra actividad, se evita la tala de cientos de miles de árboles en todo el mundo. Árboles que capturan el CO2 y producen oxígeno. Además, se elimina la energía necesaria para transformar la madera en papel, la que consumen los sistemas de impresión y copia, el uso de tintas y tóner y la reducción del volumen de residuos asociados a estos procesos, sin olvidar los enormes ahorros de tiempo y dinero que supone el uso de la factura electrónica para las empresas e instituciones. En definitiva, una sostenibilidad contagiosa.

## INNOVACIÓN-TIC



**José Cerdán**, CEO de acens, CEO de Telefónica T-Tech, Telefónica Business Solutions

Ver películas en streaming, subir fotos a las redes sociales, enviar mensajes, hacer compras online... en un mundo en el que el consumo de servicios digitales no hace más que crecer cada año, el compromiso de acens con el crecimiento sostenible es triple.

Por una parte, como proveedor de servicios cloud para las empresas, llevamos muchos años invirtiendo en soluciones y tecnologías que nos ayuden a mejorar la eficiencia energética de nuestros centros de datos, a innovar y robustecer nuestras soluciones de refrigeración -recientemente hemos sido premiados por ello-, al tiempo que mejoramos la escalabilidad de los servicios que ofrecemos a los clientes y optimizamos el espacio y los recursos que utilizamos.

Por otro lado, impulsando y ayudando a autónomos y pymes a adoptar servicios y soluciones cloud que ayudan a reducir su huella de carbono frente al uso de infraestructura propia. Sobre todo, porque muchas veces hacen inversiones en equipos más potentes en previsión de futuras necesidades, consumiendo muchos más recursos que bajo un servicio cloud en el que pagas por la infraestructura que requieres en cada momento.

Por último, poniendo a disposición de nuestros clientes tecnológicos como cloud, big data e inteligencia artificial para recopilar y analizar datos que les permitan comprender mejor el impacto de sus negocios y la forma en que pueden ayudar a crear un mundo más sostenible.

Para quienes llevamos tiempo apostando por la eficiencia, la economía sostenible no es una simple moda, sino la confirmación de que el camino hacia la nube que en acens iniciamos hace más de 20 años, ha sido el correcto.



**Nausica Trias**, Directora General de AIS Group

AIS utiliza la inteligencia Artificial para hacer los procesos más eficientes, ahorrar recursos y potenciar la productividad. Nuestras soluciones ayudan a las empresas a optimizar sus procesos, actuando en beneficio de su negocio y del medio ambiente. Nuestra herramienta Winbox, optimiza la producción de cartón corrugado para reducir al mínimo el desperdicio en el corte, distribuir los pedidos en las distintas máquinas, evitar colapsos en las máquinas o paros innecesarios. También optimiza el modo de cargar los pedidos en los camiones y las rutas. Una solución que estamos llevando a otros sectores.

Trabajar la previsión de la demanda es un paso previo para optimizar, por ejemplo, la cantidad de producto a fabricar, la gestión de stocks, la distribución a los puntos de venta, etc.

Hoy, el avance de la tecnología nos permite aplicar técnicas que hasta hace unos años eran impensables, ya que el tiempo de procesamiento necesario para obtener una respuesta excedía lo aceptable para una práctica de negocio. Superada esta barrera, estamos entrando en un periodo de explosión de la explotación de los datos, de la analítica, de generar valor a partir de la información. La previsión y la optimización de procesos es un modo de generar valor y de conseguir un crecimiento sostenido y más sostenible.



**Eric Grall**, Senior Executive Vice-President, Head of Infrastructure & Data Management de Atos

El impacto del carbono y el cambio climático, así como la preparación para garantizar la seguridad de los empleados y la continuidad del negocio en caso de desastres naturales, son los problemas más importantes para Atos en relación con el medio ambiente. Nuestros desafíos específicos están en las áreas de energía, viajes y gases de efecto invernadero.

Según Eric Grall Senior Executive Vice-President, Head of Infrastructure & Data Management de Atos, "Atos es reconocido como un líder global de TI cuando se trata del medio ambiente. En todas nuestras operaciones, desde nuestros centros de datos de vanguardia hasta la forma en que gestionamos nuestras oficinas y gestionamos nuestros requisitos de viaje, buscamos continuamente nuevas formas de reducir las emisiones de carbono y minimizar nuestra huella ambiental."

Incorporar el diseño ecológico es un componente esencial en el desarrollo de software y servicios de Atos. Para proteger el medio ambiente, combatir el cambio climático y mejorar el rendimiento, nuestros desarrolladores de software se centran en encontrar formas de minimizar el consumo de energía y extender la vida útil del hardware.

Además de minimizar la huella ambiental de un producto, el diseño ecológico también puede aumentar su efectividad operativa.



**Lluís Altés**, Managing Director de DES-Digital Enterprise Show 2020

En la última década la forma de hacer negocios, y de generar riqueza en general, ha cambiado impulsada por el desarrollo tecnológico principalmente. Una evolución que, sobre todo en el último año, ha centrado el tiro en el impacto ambiental de las empresas y del consumo de una sociedad ralentizada por las constantes innovaciones que llegan al mercado.

Lejos de lo que podamos pensar, la tecnología no sólo es una palanca económica para crear riqueza monetaria. La digitalización y la tecnología también tienen impactos positivos en el medioambiente y en la sociedad en general; e impulsar estos beneficios e integrarlos en la cuenta de resultados, forma parte

del proceso de digitalización. Ahora es el momento de aprender a desarrollar modelos de negocio sostenibles a través de la tecnología, integrarla de forma que ayude a que los actores sociales, empresas y administraciones públicas, puedan examinar qué están haciendo que impacta en el medio ambiente, y cómo cambiarlo ayudándose de la tecnología. En la era de la economía digital las empresas deben, sin renuencia, saber medir y producir beneficios económicos, sociales y medioambientales.

Tenemos el reto de responder a una sociedad que demanda de forma vehemente el desarrollo de una conciencia y una consciencia de cuidado del medio ambiente entre empresas y administraciones.



**Felipe Martín**, Director General de Gigaset Communications Iberia

La transformación digital en la que estamos inmersos nos ofrece posibilidades y alternativas de mejorar el desarrollo sostenible. Las empresas de soluciones de comunicación presentan dos dimensiones que deben abordar para alcanzar un crecimiento eficiente y equilibrado con el medio ambiente.

Por un lado, potenciar la comunicación a todos los niveles, una acción que contribuye, de manera notable, a crear comunidades interconectadas y fomenta la cultura digital. Por otro lado, las empresas deben abogar por el empleo de materiales ecológicos y no contaminantes a la hora de fabricar de sus productos con el fin de mejorar el respeto al medio ambiente.

Por último, otro factor a tener en cuenta es minimizar la potencia de transmisión de los dispositivos y velar por utilizar la cantidad necesaria de materia prima para su producción. Todo, en conjunto, debería estar en consonancia con una distribución sostenible y una concienciación en el ahorro de energía en las fábricas. De esta forma, contribuiríamos a ofrecer ecosistemas conectados comprometidos con un crecimiento sostenible y siguiendo un firme comportamiento ético.



**Cristina Valles**, Directora General de NEORIS en España

Hemos llegado al punto en el que el crecimiento sostenible no es algo opcional, sino una responsabilidad y una deuda que hemos contraído con las generaciones futuras.

Parte de la actividad de NEORIS es trabajar colaborando con nuestros clientes para implementar una estrategia de transformación digital y aprovechar las nuevas tecnologías para que nos ayuden en la tarea de crear un mundo más sostenible, optimizando los servicios que se ofrecen y los procesos con los que se llevan a cabo. A día de hoy soy consciente de la cantidad de recursos que se consumen y de aquellos puntos de la cadena de valor donde hay ineficiencias, y mi objetivo en estos momentos es poner foco en ellos. Por ello, estamos inmersos en el lanzamiento de iniciativas para mejorar el estado actual y ser capaces de prever las necesidades futuras para que nuestras decisiones estén en consonancia con el alto grado de involucración que NEORIS tiene en todos los temas relacionados con la sostenibilidad con 3 ejes principales: social, económico y medioambiental.

En NEORIS dedicamos una parte de nuestra inversión en RSC a proyectos medioambientales y a trabajar en programas internos con un claro objetivo de concienciación. A lo largo de nuestros 20 años de historia hemos colaborado y promovido múltiples iniciativas relacionadas con la sostenibilidad, como nuestro Sistema de Gestión Ambiental, con el que hemos conseguido reducir nuestro consumo eléctrico un 3% de forma constante desde 2011 y hemos recordado el gasto de papel un 31,96% en 2019. Fomentamos además otras iniciativas como reuniones online, evitando así que nuestros empleados tengan que asistir presencialmente y reduciendo el uso de medios de transportes contaminantes, o formaciones totalmente digitales para que puedan asistir desde cualquier parte del mundo.

Y todo ello lo hacemos con el objetivo de mejorar las condiciones de nuestro entorno, colaborar con asociaciones que luchan de forma proactiva en la conservación y regeneración de nuestros espacios naturales y la creación de talleres educativos, a fin de crear una red de concienciación que genere conductas de economía circular y respeto por el medio ambiente.



**Ignacio Villalgorido**, Director General de NetApp España

La tecnología es la respuesta. Tenemos a nuestro alcance innumerables herramientas que no solo nos dan los datos precisos para tomar decisiones estratégicas en tiempo real, sino que además nos dan la oportunidad de buscar soluciones acordes al problema que nos encontramos. Estamos en plena transformación digital, donde los negocios quieren y buscan crecer, pero sin olvidar su compromiso con el medio ambiente. Por eso, prima dentro de sus adquisiciones tecnológicas soluciones eficientes y sostenibles. Para ello, el portfolio de NetApp para la gestión de uno de los bienes más críticos para las empresas, los datos, está en constante innovación, cumpliendo siempre los estrictos controles medioambientales que marcan los principa-

les organismos gubernamentales nacionales e internacionales. Las soluciones tecnológicas de NetApp permiten a nuestros clientes ser más eficientes en el consumo energético y espacio utilizado.



**Carmen Vidal, Fundadora y CEO de Paradigma Digital**

Que nuestro planeta está herido y hay que curarlo es algo que ya pocos ponen en duda. Afortunadamente, como ocurre en muchas otras industrias, la tecnología pone a nuestra disposición las mejores herramientas para ayudar a generar un impacto positivo en el mundo.

Ya no basta con hacer buenas acciones de Responsabilidad Social Corporativa o reciclar productos al final de su vida útil, sino que el nuevo mundo digital exige una nueva actitud de responsabilidad para dejar una huella positiva en el planeta al tiempo que logramos la transformación digital de las empresas, sus productos y servicios, desde el mismo momento de su concepción y diseño.

En la pasada edición de Big Things ya mostramos cómo la tecnología está impactando de forma positiva en el mundo y contribuyendo a cumplir de forma más rápida y menos costosa con los Objetivos de Desarrollo Sostenible marcados por la ONU para 2030. Claro, que no hace falta esperar hasta entonces para dejar nuestra huella positiva en el planeta. Ya hoy tecnologías como la inteligencia artificial, big data, quantum computing, cloud o blockchain están ayudando a proteger especies en peligro de extinción, a vigilar la pesca legal, a cuidar de los bosques o a fomentar una agricultura más eficiente y sostenible.

La tecnología debe ser la gran herramienta de cambio hacia un planeta y una economía más sostenible. Los límites para la innovación son infinitos. La rapidez con la que hagamos los cambios dependerá, una vez más, de las personas.



**Antonio Peñalver, Director General de Sopra Steria España**

Los riesgos comerciales del cambio climático suponen un gran desafío para cualquier empresa que pretenda obtener resultados a largo plazo en un contexto de transición hacia una economía baja en carbono. Implican la toma de medidas efectivas para combatir la emergencia climática mediante la

reducción de sus emisiones. Además, estos riesgos requieren asumir un compromiso que va más allá del mero cumplimiento normativo y hacer extensibles estas acciones a todas las partes involucradas, fortaleciendo la capacidad de recuperación de la cadena de suministro y ofreciendo soluciones y servicios bajos en carbono a los clientes.

Es importante establecer programas y objetivos para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y aumentar el uso de las energías renovables. Sopra Steria ha desarrollado su estrategia aplicando estos principios a acciones concretas con un impacto real: compra de garantías de origen para fomentar la producción de energías renovables; viajes de negocios, oficinas y centros de datos que cuentan con la certificación CarbonNeutral® y desarrollo de una cultura empresarial que promueve la economía circular, entre otras muchas acciones. Así, Sopra Steria contribuye a un mundo más sostenible y responsable, innovando cada día a favor del medio ambiente y en beneficio de sus clientes.



**Carlos de Pedro, CEO de Stratesys**

Las compañías españolas deberán estar afrontando ya un proceso de cambio en su estructura, procesos, principios operativos, cultura y sistemas de gestión alienados con un crecimiento más sostenible. El grado de avance de este proceso es desigual. Aunque la sensibilidad cada vez es mayor, bien sea sincera, u obligada por presiones externas, vía reguladores, empleados o la propia sociedad. Se trata de un proceso complejo o muy complejo. No se trata de un sprint, sino de una carrera de fondo, y es aquí donde, sin lugar a duda, la innovación y la tecnología son elementos relevantes.

Las soluciones digitales contribuyen a la sostenibilidad en múltiples esferas. Además de generar ventas desde el punto de vista de la eficiencia de los procesos, el control y ajuste de costes, la optimización de los recursos, o la mayor satisfacción de empleados y clientes, tienen una evidente incidencia en la reducción del impacto ambiental que produce cualquier actividad. Hablamos de muchos tipos de tecnologías y aplicaciones como el cloud computing, el big data, la inteligencia artificial y el machine learning, la robótica o la movilidad, entre otros. Son también las formas de trabajar, como el teletrabajo o las posibilidades de trabajo remoto que hoy ofrece la tecnología.

Innovación y digitalización favorecen además la aparición de nuevos modelos de negocio ya inherentemente nacidos en un escenario sostenible, promoviendo, por ejemplo, la economía circular.

En Stratesys trabajamos internamente y con nuestros clientes para acompañarles en este cambio, diseñando soluciones transformadoras que, además de facilitar ese camino, les posicionen como referentes y avanzadilla de lo que está por venir.



**Osmar Polo, Managing Director T-Systems Iberia**

El final de la década que hemos vivido ha estado marcado por el crecimiento de la preocupación social ante el impacto en el medio ambiente de la actividad empresarial. Una preocupación que se ha visto potenciada por la inactividad de algunas potencias económicas mundiales. Los retos a los que se enfrenta la sociedad en cuestiones de sostenibilidad plantean la necesidad urgente de establecer un debate abierto entre instituciones, empresas y sociedad sobre el modelo económico y social que queremos potenciar. Un debate en el que además debemos determinar el papel que deben jugar la innovación y la tecnología.

La década que estrenamos va a ser la de ocuparnos del medio ambiente. El sector tecnológico tiene ahora la oportunidad de dejar clara la fuerte relación que existe entre tecnología y desarrollo sostenible. Tengo el firme convencimiento de que ahora, tenemos la oportunidad de demostrar que la tecnología es una herramienta para construir una sociedad integradora, económicamente sostenible y respetuosa con el medio ambiente. Let's power higher performance resume esta visión del papel que debe jugar la tecnología para construir el futuro trabajando desde el presente.



**Eduardo Bellido, CEO de Thales Alenia Space en España**

Toda empresa socialmente responsable debe tener como uno de sus principios básicos el crecimiento sostenible y el cuidado del medio ambiente como el modelo de desarrollo económico y social justo que ha de llevar a cabo.

En este sentido, el sector espacial juega un papel fundamental para preservar la salud del planeta. Desde los satélites de Observación de la Tierra se puede llevar una vigilancia exhaustiva y una monitorización rigurosa del estado de nuestro planeta. El control de la presencia de gases de efecto invernadero en la atmósfera, la detección de vertidos al océano, la medición de su temperatura y altura, del grosor de las capas de hielo en los casquetes polares, de los niveles de contaminación, de la salud de la vegetación, la detección de incendios y un largo etcétera son actuaciones fundamentales que pueden conllevar una mejora sustancial en el control mejorado del medio ambiente y del denominado cambio climático.



Los satélites, por tanto, contribuyen de forma destacada a conocer con datos fiables los efectos del cambio climático y por extensión consensuar las medidas que deberán aplicarse para preservar un bien único, en el que nos desarrollamos y convivimos, como es nuestro hábitat y entorno.

A finales de 2019, se ha celebrado en España la Conferencia Ministerial de la Agencia Espacial Europea (ESA) donde se han aprobado seis nuevas misiones de "Copérnico", el programa de Observación de la Tierra más ambicioso a nivel mundial para los próximos años. Este programa permitirá a científicos, organismos y gobiernos contar con datos fiables y abundantes sobre el estado de nuestro planeta y de esta forma poder tomar las medidas adecuadas que preservarán los pilares fundamentales para el bienestar de la Tierra.



**Jesús Sánchez Burgos, Presidente de Thales España**

Nuestra compañía está plenamente comprometida con un enfoque responsable e "intencionado" de la protección del medio ambiente que debe ser un eje fundamental de la estrategia de sostenibilidad a llevar a cabo y, a la vez, un claro motor de innovación.

Para ello, estamos desarrollando soluciones que sean beneficiosas para conseguir transportes más sostenibles, ciudades más inteligentes o cielos más limpios. A través de cualquier sistema de transporte que los ciudadanos decidan utilizar, las tecnologías de Thales (aviones más ligeros, rutas de vuelo optimizadas, trenes o metros con sistemas eléctricos o de ahorro de energía...) ayudan a que las personas viajen más seguras con una experiencia más óptima y, al mismo tiempo, mejorando el rendimiento ambiental.

Los sistemas y productos que desarrollamos deben cumplir con unos estrictos requisitos de seguridad y fiabilidad en los mercados de transporte ferroviario y alta velocidad (AVE), aeronáutico, defensa, espacio o seguridad. Estamos implicados en lo que denominamos "innovación verde" como fuente de creatividad y de crecimiento que crea oportunidades reales de negocio. Por ello, utilizamos principios de diseño ecológico y métodos específicos de análisis del ciclo de vida de todas nuestras soluciones y desarrollos tecnológicos.

Debemos producir reduciendo las emisiones de nuestras propias operaciones, disminuyendo significativamente nuestra propia huella de carbono, así como la de

nuestros clientes y, por extensión, la de la sociedad civil.

Además, desde hace casi dos décadas, nuestro grupo está tomando medidas para que los empleados disfruten de un trabajo seguro y saludable, lo que ha conllevado una mayor seguridad, evitando los accidentes relacionados con riesgos técnicos. En definitiva, un enfoque activo y un compromiso a largo plazo con el medio ambiente y el futuro de la sociedad.



**Juan Antonio Villegas, Director General de TransUnion España**

En TransUnion somos conscientes de que todos tenemos un papel fundamental en la protección del medio ambiente: ciudadanos, gobiernos y empresas. En el caso genérico de una organización como la nuestra, el propósito que perseguimos es siempre ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes, reduciendo al mismo tiempo al máximo nuestra huella de carbono.

Como multinacional tecnológica, nuestro mayor impacto en el medio ambiente se debe a las operaciones en nuestros centros de datos, en los que se almacenan más de mil millones de registros procedentes de más de 80.000 fuentes diferentes. Además de los centros de datos, nuestra huella de carbono también se debe a los viajes que realizan nuestros profesionales para visitar a clientes en todo el mundo.

Por eso, por un lado, intentamos reducir al máximo el consumo de energía de nuestras operaciones implantando avances tecnológicos en eficiencia energética, sin perder de vista nuestro objetivo de reducir los riesgos para proveedores de capital y servicios financieros. Por otro lado, también utilizamos la tecnología para limitar los viajes innecesarios y promovemos las reuniones virtuales.

Pero también intentamos ir más allá y por eso nuestras soluciones ayudan a los ciudadanos a reducir sus propias huellas de carbono. Las soluciones de TransUnion facilitan la autenticación tanto de la información personal como de otros datos sensibles y evitan, así, la necesidad de desplazarse hasta la oficina del banco y presentar copias de los documentos en papel



**Ana Rubio, Presidenta de Unisys España**

La industria tecnológica no es solo conocida, y valorada, por la inver-

sión en conocimiento y en avances científicos que hacen la vida más sencilla a las personas. Desde hace muchos años ya somos muchas las empresas que incorporamos en el desarrollo de nuestros productos y servicios requisitos y recursos que favorezcan la protección del medio ambiente porque creemos firmemente en la necesidad de un crecimiento sostenible. En Unisys, por ejemplo, contamos con un sistema de gestión medioambiental certificado con la norma ISO14001 que nos ayuda en la optimización de la gestión de todos nuestros recursos con el objetivo de reducir al mínimo el impacto medioambiental. Además, como muestra de nuestro compromiso, desde 2006 hemos reducido nuestras emisiones en un 70%; los diseños de todos nuestros productos se aprovechan de la eficiencia energética; y contamos con programas de reciclado y reutilización de productos.

Tenemos claro que somos parte de un ecosistema muy grande y trabajamos con el objetivo de mantener la Tierra como un lugar limpio y seguro para las generaciones futuras. En definitiva, Unisys promueve oportunidades de reciclaje, reduce la generación de residuos y fomenta el uso racional de suministros y materiales durante y después de su vida útil.



**Martín Javier Aranda, CEO Worldline Iberia**

Desde Worldline vemos cuatro pilares fundamentales para crecer de forma sostenible:

Construyendo credibilidad en el cliente con soluciones confiables, seguras innovadoras y sostenibles. En la rápida evolución que nos entornos de medios de pago y servicios transaccionales tienen. Worldline lleva a cabo una adaptación continua para asegurar la alta calidad de sus servicios, adicionalmente diseña soluciones innovadoras y sostenibles.

Siendo un empleador responsable desarrollando el potencial de las personas que trabajamos en Worldline. Tener y desarrollar el talento necesario combinándolo con la diversidad cultural y geográfica es clave para el éxito de la compañía. Worldline debe de atraer, reclutar, desarrollar y retener a los empleados que puedan proveer la experiencia necesaria para cumplir con las necesidades de nuestros clientes.

Incluyendo nuestra ética empresarial dentro de toda nuestra cadena de valor. Para mantener la credibilidad y la confianza de sus clientes al procesar datos económicos y datos confidenciales, Worldline integra la ética empresarial como un requisito absoluto y tiene tolerancia cero para el comportamiento no ético, ya sea dentro de nuestra organización o en su cadena de suministro.

Aprovechando la ecoeficiencia de nuestros centros de datos y oficinas. Worldline se esfuerza por desarrollar soluciones eco-eficientes para reducir el consumo, especialmente la energía carbonizada, contribuyendo así a la lucha contra el cambio climático y propo-

niendo soluciones sostenibles a los clientes.



**Rafael Álvarez, Director General de Xylem Water Solutions Iberia**

El sector del agua se ve afectado por las mismas megatendencias que otras industrias, como la urbanización y la formación de grandes ciudades, así como por patrones meteorológicos extremos como sequías e inundaciones, cambios en la población mundial e infraestructura obsoleta.

Abordar un crecimiento sostenible pasa por crear ciudades y estructuras resilientes, es decir, con capacidad de recuperarse ante situaciones extremas y garantizar servicios básicos a los ciudadanos, entre los cuales destacan los relacionados con el suministro y tratamiento del agua.

Conscientes de esa necesidad, desarrollamos soluciones siguiendo unos parámetros de referencia en cuanto a eficiencia y fiabilidad de la energía, que reducen tanto el coste de explotación para nuestros clientes como las emisiones de gases de efecto invernadero.

Una de las principales tendencias del sector es la fabricación de productos que no solo sean eficientes, sino que además tengan inteligencia incorporada. En esa línea, recientemente lanzamos el primer sistema de bombeo con inteligencia integrada del mundo, que permite hasta un 70% de ahorro energético en comparación con un sistema de bombeo convencional.

Nuestra presencia global, unida a un conocimiento técnico incomparable de la industria del agua, nos permitirá seguir investigando para resolver los desafíos de productividad, calidad y resiliencia en un mundo que, no lo olvidemos, nos exige a todos -particulares y empresas sin excepción- un compromiso decidido con el entorno.



**Alberto Delgado, Consejero Delegado de Zinkia Entertainment**

Hasta hace muy poco "crecimiento" y "sostenible" parecían dos palabras casi incompatibles. Todos los mercados sin excepción querían ocupar los primeros puestos en la carrera por el desarrollo sin importar el coste medioambiental y social que tenía para el planeta y la sociedad.

Afortunadamente, se ha abando-

nado esa posición y se impone un nuevo modelo de desarrollo que forma parte de un objetivo aún más amplio: la lucha contra el cambio climático. En este nuevo escenario las empresas, que hemos participado y mucho en el deterioro del entorno, tenemos la responsabilidad de impulsar esa transformación.

En el caso de Zinkia, queremos ir más allá del compromiso medioambiental en nuestro día a día y nos hemos planteado un gran reto: "Bosque Pocoyo". Se trata de una iniciativa dirigida a reforestar la isla de Gran Canaria, tras el incendio que arrasó más de 10.000 hectáreas en 2019. Los primeros 1.000 árboles serán muy pronto una realidad gracias a Pocoyo, pero el objetivo es plantar un ejemplar por cada niño que nazca en el archipiélago durante 2020, para lo que se ha creado la web [www.bosquepocoyo.com](http://www.bosquepocoyo.com), a través de la que empresas y particulares pueden participar.

"Bosque Pocoyo" cumple un doble reto: contribuir a la regeneración de nuestros bosques, imprescindibles para la vida; y concienciar a las familias y, sobre todo, a los niños y adultos del futuro, de que nuestro mundo solo tiene futuro en el marco de la sostenibilidad. Os animo a sumaros al reto.

## PUBLICIDAD Y MARKETING



**Núria Vilanova, Presidenta de ATRÉVIA**

En nuestros días, las empresas no pueden pensar en desarrollo de negocio sin tener en cuenta en la ecuación crecimiento sostenible y compromiso con el medio ambiente y con la sociedad. Ya no es una opción, es una prioridad ineludible que forma parte de las agendas de compañías y Gobiernos para garantizar el futuro y atender a una creciente y exigente demanda de sociedad y consumidores. En mi opinión, las empresas deben abordar la cuestión desde una óptica integral: incluyendo entre sus objetivos y acciones estratégicas de negocio medidas concretas de respeto al medio ambiente y una vertiente de desarrollo sostenible de la propia compañía. Creo que es clave, además, fijar políticas conjuntas entre el sector privado y el público. Porque para ser más efectivos al alcanzar metas en sostenibilidad es importante que empresas e instituciones caminen hacia una misma orientación en beneficio de todos. Ser empresa sostenible, en crecimiento y atención medioam-

biental, es crear valor contribuyendo al aumento del bienestar al progreso de las generaciones presentes y futuras. Hoy el desarrollo sostenible empresarial es contemplar no solo la sostenibilidad económica a medio y largo, sino asumir como parte de la actividad los aspectos medioambientales y el impacto social de la producción.



**Yago Arbeloa, Presidente de MIOGROUP**

Hace poco leía unas declaraciones sobre una de las personas que más atención pongo cuando hablan: Warren Buffet. Y pongo atención porque normalmente siempre sigue la regla de "put your money where your mouth is", y no descubro nada, ha conseguido un rotundo y prolongado éxito. En el artículo hablaba sobre sus inversiones en energías renovables y sentenciaba que las empresas no debían decidir si lo que estaban haciendo está bien o mal y que el gobierno debía jugar un papel fundamental sobre las subvenciones a las energías renovables.

Desde el punto de vista financiero puro no deja de tener sentido lo que el "Oráculo de Omaha" nos traslada puesto que siempre hay un coste del cambio, sin embargo, no puedo terminar de estar de acuerdo con él, máxime cuando no hablamos de una moda o una tendencia que viene a soportar una especie de RSC de la compañía. Es un pensamiento fundamental que debe estar en los procesos y en nuestro modelo de negocio puesto que todos los stakeholders de la compañía van a prestar cada vez más atención a criterios de sostenibilidad. Accionistas, trabajadores, clientes, proveedores, medios de comunicación, administración... todos ellos van a exigir que no sigamos sólo criterios económicos a la hora de desarrollar nuestras estrategias de crecimiento sino que con nuestra actividad mejoremos nuestro entorno y cambiemos aquello que ponía en peligro el futuro como sociedad y de nuestro entorno.

Además, empresarialmente hablando, en este ejercicio de responsabilidad y comprensión de las demandas de los agentes con los que se relaciona nuestras compañías, tenemos una magnífica oportunidad para diferenciarnos de otros players y competir en aspectos distintos y más perdurables que el precio, el servicio o el producto.

**Claudia Safont, Vicepresidenta y CEO de Grupo TBWA España**

Desde hace años la sostenibilidad y la responsabilidad medioambiental son *insights* totalmente arraigados en el conjunto de la sociedad. La sostenibilidad protagoniza noticias, pero también estrategias y conversaciones.

Esta concienciación se ha conta-



giado al tejido empresarial y, en empresas como TBWA España, asumimos como propia la misión de proteger nuestro entorno con una actitud ética y responsable.

Si bien es cierto que el cambio tiene que venir impulsado por uno mismo, nuestra compañía se encuentra en una posición privilegiada para favorecer al nuevo consumidor productos y marcas con valores.

La publicidad es el termómetro de lo que ocurre en las calles y nuestra labor reside en favorecer el cambio convirtiéndolo lo sostenible, lo ecológico y lo justo en un *driver* para el consumo.

Para las compañías, la sostenibilidad ya forma parte del *core business* de la marca, y siendo para TBWA España una de las áreas de colaboración de las más importantes, nos posicionamos como el mejor *partner* de este nuevo paradigma.

## QUÍMICA



**Enrique Sánchez de Lamadrid, Director General de Amalie Petroquímica**

En este mundo en el que estamos inmersos el crecimiento sostenible debe ser una asignatura obligatoria para todos, gobiernos, empresas y ciudadanos. Es fundamental, para preservar el medio ambiente, hacer un uso más equilibrado y eficiente de los recursos económicos y naturales. Y el momento es ahora, ya no hay marcha atrás. En un sector como el nuestro, el de la automoción, es imprescindible adoptar medidas encaminadas a desarrollar productos no contaminantes nocivos para el entorno en el que vivimos. En Amalie Petroquímica, multinacional americana de lubricantes que comercializa productos derivados del petróleo, llevamos ya muchos años comprometidos con la sostenibilidad. En este sentido, comercializamos una amplia gama de productos sintéticos, semi sintéticos y minerales que cumplen con creces con las exigentes normas medioambientales y de los constructores. Nuestros lubricantes mejoran la eficiencia mecánica (fricción reducida) y contribuyen directamente por tanto a las emisiones reducidas, incluidas las emisiones de CO<sub>2</sub>. Indirectamente, muchos cambios en el diseño del motor, como la reducción de tamaño o la adopción de dispositivos de control de emisiones (convertidores catalíticos) no serían viables sin cambios significativos en la química del lubricante. La tecnología de lubricantes ha evolucionado para



adaptarse a estos cambios, a menudo abordando demandas técnicas competitivas, mientras continúa ofreciendo los mismos niveles de rendimiento fundamental de lubricantes. Estamos orgullosos de la contribución de los lubricantes y las tecnologías innovadoras para la reducción de CO<sub>2</sub> en el sector del transporte en Europa. Nuestra industria continúa invirtiendo significativamente en nuevas investigaciones en esta área para poder ayudar a impulsar y dar forma a su transición hacia una economía competitiva baja en carbono.



**Enrique Ordieres,**  
Presidente de Cinfa

"En Grupo Cinfa, creemos firmemente en el compromiso con el medio ambiente y, en coherencia, lo abordamos desde tres áreas: un crecimiento sostenible y respetuoso con el entorno, una correcta gestión de residuos y políticas de reciclaje, y la aplicación de un plan de eficiencia energética y reducción de consumos. Nuestro criterio de sostenibilidad comprende, por supuesto, la vertiente medioambiental y, por ello, en nuestra gestión, siempre tenemos en cuenta el respeto al entorno natural y aplicamos distintas políticas que reduzcan los consumos y el impacto de nuestra actividad. Concretamente, en 2019, Cinfa ha actualizado su certificación ISO 14001, de acuerdo a los nuevos requisitos de esta norma, que garantiza que la empresa cuenta con un correcto sistema de gestión ambiental. Por ejemplo, todos los estuches de productos Cinfa están producidos con papel FSC, un certificado que acredita que la madera con la que está hecho proviene de bosques gestionados según los criterios del Consejo de Administración Forestal, que incluyen medidas de forestación sostenible del bosque en los aspectos ecológicos, sociales y económicos, entre otras".



**Ed Morata,** Consejero  
Delegado de Lug  
Healthcare Technology

La sostenibilidad es, sin duda, uno de los retos más urgentes e inminentes que se debe afrontar desde todos los ámbitos empresariales y la sociedad en general. Y, en este aspecto, el sector sanitario también tiene que dar un paso al frente. Crear un sistema más sostenible y respetuoso con el medio ambiente implica, entre otras necesidades, el impulso de un nuevo modelo de negocio que apueste por las actua-

ciones ecológicas, la edificación sostenible, la gestión más eficiente de los productos y servicios, la implementación de energías renovables y el aprovechamiento y reutilización de los residuos.

Un cambio que no se debe realizar de forma aislada y que requiere involucrar a todos los actores de esta industria. Solo el compromiso, la concienciación y la estrecha colaboración entre todos los agentes del sistema sanitario garantizarán la sostenibilidad de esta área y la consiguiente mejora del medio ambiente.

Avanzar en este plano es uno de los desafíos más importantes a los que se enfrenta la sanidad del presente. Una industria más sostenible conlleva no sólo la reducción del impacto ambiental sino también el ahorro de costes y el incremento de la competitividad del sector. Una oportunidad para ganar en eficiencia y, en consecuencia, proporcionar una mejora en la calidad asistencial que se ofrece al paciente.



**Fernando Sanjuán,** Director  
General de Neurocavis

Considerar el inmenso potencial de la ciencia y la tecnología depende de una gran cantidad de expertos en el ámbito público y privado, médicos, científicos e ingenieros, empresarios, financieros, políticos y educadores. La ciencia "per se" establece bases fundamentadas, inequívocas, anticipa las consecuencias futuras, genera y evalúa la evidencia y, por lo tanto, contribuye a encontrar vías para las transformaciones de sostenibilidad. La innovación tecnológica ha sido reconocida durante mucho tiempo como crucial para lograr los objetivos de desarrollo. La ampliación de las aplicaciones del conocimiento científico existente y la innovación tecnológica, tanto en las ciencias naturales como en las sociales, aunque de forma desigual, al tiempo que se realiza una mayor investigación, puede permitir distanciarse de las acciones habituales y abordar los desafíos de desarrollo en muchos sectores. Asiduamente, la tecnología está ya presente y la tarea es identificar y abordar los obstáculos para un despliegue generalizado. La exhibición de tecnologías avanzadas como la nanotecnología e inteligencia artificial (IA), también podrían determinar un papel importante en el logro de los objetivos de desarrollo sostenible. Muchas de estas aplicaciones están en crecimiento, pero necesitan una evaluación cuidadosa de las posibles consecuencias antes de su adopción.

Hay que procurar que el progreso, más allá de eufemismos, consensos y manipulaciones políticamente correctos, pueda traer una nueva generación de soluciones de desarrollo sostenible. No obstante, para fomentar la confianza del público en los diversos ámbitos del conocimiento, las regulaciones y los códigos de conducta deben lograr un equilibrio adecuado entre el progreso tecnológico y el derecho a la privacidad, el decoro, la decencia y la honestidad, evitando en todo momento la alienación de los ciudadanos.



**Carlos Buesa,** CEO  
y Fundador de Oryzon  
Genomics

Desde su creación en el año 2000, Oryzon Genomics ha crecido de manera responsable en un campo muy regulado como es el diseño y desarrollo de fármacos experimentales que reducen en una mayor salud de las personas. Oryzon no se ha conformado con el estricto cumplimiento de la legislación nacional e internacional de seguridad, reciclaje y manejo de sustancias biológica y químicamente activas, sino que ha creado una cultura colectiva de sostenibilidad incentivando la reducción de uso de papel, promoviendo el reciclaje en sus actividades diarias; sustituyendo una parte importante de los viajes de y para proveedores y colaboradores por modernos sistemas de videoconferencia reduciendo así nuestra huella de carbono. Además, la compañía ha realizado diferentes actividades colectivas dentro de la campaña #ODESéate para impulsar los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible como por ejemplo replantación de árboles en el delta del río Llobregat. La compañía sigue con su apuesta integral por la igualdad de género y su C-suite de Directores tiene un 40% de presencia femenina y un 30% en su Consejo de Administración. Además del convencimiento intrínseco de la bondad de colaborar de forma responsable, como compañía cotizada y parte del IBEX-Small Cap Index nuestro compromiso con los principios del ESG nos permite ser elegibles como destino de inversión de un creciente grupo de fondos de inversión conocidos como ESG Funds que seleccionan empresas cotizadas que cumplen con los criterios ESG.



**Pau Ricós,** Director  
General de UCB Iberia

El debate sobre el cambio climático es una realidad que pese a tener su hueco en las agendas internacionales, no termina de convertirse en una realidad. Lejos de las discusiones políticas, creo firmemente que desde las diferentes organizaciones -públicas y privadas- tenemos la obligación de posicionarnos como eje de cambio para mantener nuestra senda de crecimiento al tiempo que trabajamos en la sostenibilidad de nuestro planeta.

El desarrollo sostenible es un concepto basado en el crecimiento con el fin de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las del futuro. En UCB, como compañía biofarmacéutica, esta-



clientes y a la estabilización de las economías locales. El seguro es una de las formas clave por las cuales limitamos los impactos de los riesgos climáticos y compensamos los daños relacionados con el clima. Cuanto mayor sea el nivel de cobertura de seguro de un país, más preparado estará para afrontar los eventos naturales extremos.

Pero no sólo contribuimos al crecimiento económico sostenible a través de nuestro negocio principal, también estamos enfocados en romper las barreras a la inclusión social para un futuro mejor y más productivo. El desarrollo sostenible es un elemento crucial en el desarrollo de la actividad de Allianz. Promovemos en nuestros equipos y en nuestro entorno la creación de valor social y el desarrollo sostenible. Hemos integrado las políticas y las actividades de Responsabilidad Social Corporativa en nuestro día a día y fomentamos a través de la formación y las acciones de voluntariado la implicación de las personas de nuestro equipo y de la propia empresa en acciones que contribuyan activamente a las mejoras ambientales y sociales. En 2019, por ejemplo, dedicamos más de 1.500 horas al voluntariado (medioambiental y social).



**Olga Sánchez,** CEO de  
AXA España

De continuar así, los tres factores de producción existentes desde el origen de la teoría económica (tierra, trabajo y capital) quedarán reducidos a dos: el trabajo y el capital. En mi opinión, la única forma que existe de lograr un crecimiento medioambientalmente sostenible es dotarse de una visión de largo plazo, de tal forma que las decisiones de gobiernos y empresas actuales tengan en cuenta los efectos de tales decisiones en el futuro. Sin embargo, en muchos casos, esta es una tarea muy complicada. En primer lugar, porque de forma general los políticos no ven más allá de su legislatura; y en segundo porque, salvo excepciones, muchas empresas solo tienen la vista puesta en los resultados del actual ejercicio. Debemos concienciarlos de la urgencia de cambiar el modelo productivo. Precisamente AXA Research Fund, el fondo para la investigación de AXA, acaba de hacer público un informe, Biodiversidad en riesgo, que cuantifica por primera vez el impacto monetario que supondría para la economía mundial una pérdida significativa de la biodiversidad. Y lo cifra entre 125 y 140 billones de dólares al año, más de una vez y media el PIB mundial. Quiero pensar que algo está cambiando. Y del mismo modo que AXA se ha salido de la industria intensiva en carbón y ha creado los bonos de transición para acelerar la transición global a las energías limpias, muchas otras seguirán en los próximos años la misma senda. Porque, además, un cliente cada vez más formado e informado así nos lo va a exigir.

mos comprometidos con mejorar la calidad de vida de los pacientes afectados por patologías crónicas, dentro de nuestras áreas de trabajo: Neurología e Inmunología. Pero siempre desde una perspectiva de respeto hacia el medioambiente y dentro de un marco ético que aporte valor.

Por ello, la estrategia de responsabilidad social corporativa (RSC) de UCB contempla un entrelazado de perspectivas sociales, ambientales y económicas a largo plazo con acciones concretas que discurren por dos vertientes: el cuidado del paciente en países en desarrollo de África y Asia en los que no cuentan con una asistencia médica adecuada; y la salvaguarda del planeta con iniciativas destinadas a alcanzar una notable reducción de nuestra huella ecológica.

En 2015, se produjo uno de los grandes y esperanzadores avances para la humanidad: la adopción internacional de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS), un plan colectivo universal para erradicar la pobreza, y promover el buen desarrollo económico y la buena salud mundial. Objetivos aspiracionales y transformadores a los que nos hemos sumado en UCB, abordando nueve de los 17 objetivos establecidos. Y lo hemos hecho con compromisos firmes que pasan por reducir un 35% de nuestras emisiones de carbono, un 20% en nuestro consumo de agua y un 25% de las emisiones de residuos, de cara al año 2030.

En definitiva, nuestra estrategia corporativa de valor para el paciente refleja inequívocamente nuestra prioridad de ser una empresa sostenible, ofreciendo soluciones en salud utilizando los recursos naturales de manera inteligente y responsable para incluir, en todas las fases de investigación y desarrollo de nuestros medicamentos, indicadores de sostenibilidad responsable.

## SEGUROS



**José Luis Ferré,** CEO  
de Allianz Seguros

Por la naturaleza de nuestro negocio, protegiendo a las personas y las empresas contra los riesgos, contribuimos al bienestar financiero a largo plazo de nuestros



**Miguel Ángel Merino,**  
Consejero Delegado  
de Línea Directa

La preocupación creciente de los ciudadanos por los efectos del cambio climático nos ha llevado, no sólo a exigir una respuesta a los gobiernos y a las administraciones, sino también a pedir un compromiso en materia de medio ambiente a las empresas. Y esta gran inquietud no puede, en ningún caso, pasar inadvertida en el mundo empresarial.

Es en respuesta a esta exigencia social, pero sobre todo por responsabilidad con los ciudadanos, que las empresas debemos diseñar estrategias de sostenibilidad que permitan plantear soluciones al problema del cambio climático en tres ámbitos fundamentales: el social, el económico y el puramente medioambiental.

No es sólo cuestión de adaptar nuestros productos y servicios a las exigencias de los clientes en materia de sostenibilidad, sino que es imprescindible que nuestros proyectos y procesos estén planteados desde el pleno respeto al medio ambiente y el fomento de la concienciación en las materias que fijan los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En Línea Directa llevamos años trabajando la sostenibilidad y en 2020 pondremos en marcha el cuarto plan estratégico, que bajo el impulso y la supervisión de la dirección, vincula nuestras acciones a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Con este compromiso, además de apoyar a diferentes asociaciones y fundaciones que trabajan por un mundo mejor y más sostenible, se fomenta la salud y el bienestar de nuestros empleados y de la sociedad en general, medimos y controlamos la huella de carbono y ponemos en el mercado productos responsables, como la Póliza Respira para los coches eléctricos, entre otras muchas iniciativas.

Así, dada por supuesta la sostenibilidad financiera de las empresas, que les permite competir y mantenerse en el mercado, es necesario centrar los esfuerzos en las diferentes vertientes que ofrece el entorno, tales como el cuidado del medio ambiente, la sostenibilidad social o la concienciación a nuestros empleados, entre otras, y hacerlo siempre dentro del marco general que fijan los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

El mundo de la empresa tiene un compromiso ineludible con la mejora de la vida en el planeta y la convivencia entre todos.



**José Manuel Inchausti,**  
CEO de Mapfre Iberia

El futuro de nuestro planeta es una de las principales preocupaciones sociales del momento. Por ello es imprescindible que como empresa responsable nos involucremos, aportando en la medida de nuestras posibilidades soluciones a los grandes retos medioambientales a los que nos enfrentamos.

Para MAPFRE el crecimiento sostenible es un compromiso voluntario, que implica procurar la consecución de nuestros objetivos empresariales, reduciendo el impacto que nuestra actividad provoca en el entorno. Por ello, hemos establecido dos compromisos de enorme importancia en este ámbito: por un lado, las operaciones de todas las entidades de MAPFRE con sede en España y Portugal serán neutras en carbono en 2021. El Grupo además ha adelantado a 2030 su compromiso para ser una empresa neutra en carbono a nivel global. Asimismo, la compañía deja de invertir en empresas eléctricas en las que más del 30% de sus ingresos provengan de energía producida a partir del carbón y tampoco asegurará la construcción de nuevas plantas de generación eléctrica que funcionen con carbón, ni la explotación de nuevas minas de este mineral.



**Javier Valle,** Consejero  
Director General  
de VidaCaixa

El planeta se enfrenta al mayor desafío de su historia: una emergencia climática. Son muchos los síntomas y el diagnóstico es grave. ¿La consecuencia directa? La demanda social de soluciones concretas tiene una voz cada vez más fuerte.

Debemos escuchar y actuar. Y la buena noticia es que lo estamos haciendo.

Europa se ha propuesto liderar el cambio y se ha marcado el objetivo de ser el primer continente climáticamente neutro en 2050. El llamado Green Deal llega dispuesto a hacer realidad el cambio en todas sus facetas: la industria, el consumo, la alimentación, la economía. Todo.

Aunque la urgencia nos ha focalizado en aspectos de primer orden como la reducción de las emisiones contaminantes, es importante no perder de vista cómo podemos entre todos contribuir a este cambio, en paralelo. Los inversores institucionales, como es nuestro caso, somos capaces de redirigir los flujos económicos mundiales hacia activida-

des respetuosas con el medio ambiente. Es decir, podemos decidir invertir de forma sostenible provocando un doble efecto positivo: impulsar actividades que preservan nuestro entorno y proporcionar tranquilidad a nuestros clientes sobre el destino de su ahorro. En VidaCaixa, llevamos más de 15 años integrando factores ambientales, sociales y de buen gobierno en las decisiones de inversión con el objetivo de mantener la rentabilidad y nuestro compromiso por construir sociedades más sostenibles a largo plazo. Y lo estamos haciendo.

## SERVICIOS



**Javier Camy,** Country  
Manager de AECOM  
España

La sostenibilidad ya no es una opción. Los efectos del cambio climático son tan evidentes que no podemos dar marcha atrás al desarrollo de medidas que luchan contra esta lacra. La COP 25 que se ha celebrado en Madrid no ha conseguido los resultados previstos, pero aún siguen vigentes los acuerdos que se alcanzaron en París en 2015. Tenemos que apostar claramente por esta vía y sumar el mayor número de voluntades en clave de colaboración público-privada.

Debemos ser capaces de dar respuesta a este problema. A nivel general como sociedad, pero sin duda, también, desde la esfera empresarial. Un compromiso que lleva tiempo materializándose y que cada vez tiene más peso en la toma de decisiones corporativas. Solo en Estados Unidos el interés de los inversores por los fondos de inversión sostenible ha aumentado en 2019 ante el riesgo que representa el cambio climático para la economía global.

En definitiva, sin sostenibilidad no habrá crecimiento. No es posible avanzar sin incorporar este parámetro a cualquier estrategia de negocio. Nuestro compromiso con la sociedad tiene que ser claro, ya que compartimos el mismo objetivo: la conservación de nuestro planeta.



**Constantino Fernández Pico,** Presidente Ejecutivo  
de Altia

Las reglas del juego han cambiado. La forma en la que nos relacionamos, la manera de hacer negocios y las soluciones que ofrece-

mos a nuestros clientes parten ahora de puntos diferentes. Hemos pasado de lo individual al equipo, de lo lineal a lo colaborativo, de lo estático al movimiento constante, del cliente a las personas.

Ahora somos más conscientes que nunca de lo que nuestra actividad afecta a los recursos naturales y a la sociedad. El crecimiento aporta más si impacta socialmente y si repercute positivamente en nuestro entorno, en nuestras personas y en nuestro planeta.

La tecnología ha acelerado esta conciencia sobre el impacto que generamos. Su propia aplicación, en detrimento del uso de los recursos naturales, ha ayudado a traernos hasta aquí. Pero debemos ir más allá, debemos plantear una visión a largo plazo que ofrezca estrategias de negocio y soluciones tecnológicas que nos ayuden, a todos, a mejorar los resultados en materia de sostenibilidad.

Debemos, ahora, reimaginarlo todo, porque el crecimiento sostenible es el nuevo éxito empresarial.



**Mariangela Marseglia,**  
Vicepresidenta y Directora  
General de Amazon  
para Italia y España

En Amazon, hemos decidido usar nuestra cultura creativa y escala para marcar la diferencia en sostenibilidad. El año pasado lanzamos The Climate Pledge, un compromiso para cumplir con el Acuerdo de París diez años antes de lo pactado. Amazon es la primera empresa en firmar este compromiso, pero invitamos a otras empresas que se quieran sumar a esta iniciativa con el objetivo de alcanzar la neutralidad en emisiones de carbono antes de 2040.

Como medidas concretas, nuestro proyecto Shipment Zero consiste en conseguir que todos nuestros envíos sean neutros en emisiones de carbono mediante el uso de energías renovables, procesos sostenibles, el uso de materiales reciclados y la inversión en sistemas eléctricos. Por eso el año pasado realizamos un pedido de 100.000 vehículos de reparto eléctricos Rivian, el más grande de la historia. Como parte de nuestra inversión en energías renovables, recientemente anunciamos la creación de una planta solar ubicada al sureste de Sevilla que proporcionará energía solar para los centros de datos de Amazon Web Services y nuestra red logística en España.

Nuestra misión es optimizar la experiencia de nuestros clientes. Y para lograrlo, colaboramos con fabricantes de todo el mundo con el fin de crear embalajes sostenibles que minimicen los residuos y garanticen que los productos se reciban intactos. Desde 2008, hemos eliminado más de 665.000 toneladas de materiales de embalaje y más de 1.180 millones de cajas de envío a través del programa de "Paquetes Abrefácil", el uso de paquetes reciclados y envíos de productos en sus paquetes originales sin cajas de envío adicionales.



**Carlos Alonso,** CEO  
de Ardanuy Ingeniería

La búsqueda de nuevas alternativas de movilidad, ante la concentración de la población en los grandes núcleos urbanos, será clave para un crecimiento sostenible. En este sentido, el tren se ha convertido en la opción de futuro más idónea por sus numerosas ventajas en términos de capacidad, bajas emisiones, eficiencia energética y económica.

El trabajo conjunto de empresas e instituciones en materia de intermodalidad, donde la experiencia del usuario y el respeto al entorno serán los protagonistas.

Ante estos nuevos retos, las consultoras e ingenierías especializadas en transporte también desempeñarán un papel muy relevante en el diseño de infraestructuras inteligentes con las que crear las ciudades del futuro.



**Manuel Galatas,** Director  
de BioAmmo

Desde hace unos años, el compromiso de las empresas con el medio ambiente ha dejado de ser una opción para convertirse en un imperativo, lo que está propiciando un cambio de tendencia en el consumidor y en las empresas.

Nuestra compañía, BioAmmo, es el mejor ejemplo de que es posible innovar en un terreno, hasta ahora, inexplorado. Nos sentimos orgullosos de ser la única empresa del mundo que ha conseguido crear los primeros cartuchos para caza y tiro deportivo biodegradables y biocompostables, es decir, no contaminantes. El material empleado es un bioplástico elaborado a partir de residuos 100% de origen vegetal, lo que significa que son respetuosos con el medio ambiente al reducir la huella de carbono debido a la eliminación de plásticos en su fabricación. Un hito realmente importante si tenemos en cuenta que cada año se vierten a la naturaleza 2.800 toneladas de plástico en forma de cartuchos y que éstos tardan en descomponerse alrededor de 500 años.

BioAmmo se adelanta así a la normativa europea que limita el uso de plásticos en materiales de un solo uso, prohibidos a partir de 2021, y sienta las bases para hacer de la actividad cinética un sector más sostenible y comprometido con el medio ambiente.



**Francisco Bermúdez,**  
Consejero Delegado  
de Caggemini España

Todas las compañías tenemos una huella medioambiental y nuestra responsabilidad y compromiso es intentar reducirla al máximo con la ambición de llevarla a un impacto cero. Por ello, uno de los objetivos estratégicos del Grupo Caggemini es la sostenibilidad en tres áreas: reducción de la huella de carbono de cada uno de los profesionales de la compañía, reducir el consumo energético y reducir las emisiones en viajes de negocio. Estar alejado del prisma de la sostenibilidad, además, se penaliza automáticamente como compañía, quedando fuera de cualquier reconocimiento por parte de la sociedad, de la comunidad empresarial e inversora y de los propios empleados.

También es importante abordar este reto con amplitud de miras, considerando todo el ecosistema en el que se inscribe e interactúa la compañía. Significa involucrar tanto a empleados como a proveedores y otros stakeholders, pero también trabajarlos desde la parte del cliente. Desde Caggemini, todos los proyectos de transformación que abordamos para ellos llevan ya implícito el componente de sostenibilidad (al igual que el de ciberseguridad) y, de hecho, apreciamos un interés creciente por inclusión de la economía circular.

Por último, entender que no podemos hacerlo solos. Si lo hacemos de forma colaborativa con expertos, fundaciones, organismos especializados, tanto a nivel local como global, los resultados serán más enriquecedores para todos. Por ello, uno de los pilares de nuestra estrategia de Responsabilidad Social Corporativa también es precisamente la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente y colaboramos con distintas organizaciones para concienciar y movilizar en este tema.

La lectura final de todo esto es entender que el reto de crecer de forma respetuosa con el medio ambiente es una oportunidad de trabajar mejor, revisando procesos para hacerlos más eficientes. Nadie ha dicho que sea fácil, requiere de tiempo, planificación y, por supuesto, innovación.



**Óscar Martín,** Consejero delegado de Ecoembes

El pasado año vino marcado por una creciente preocupación por parte de la sociedad en lo relacionado con el cuidado y conservación del medio ambiente, una sociedad que

ya no se conforma con palabras, sino que reclama hechos. En este contexto, en el que ya sufrimos las consecuencias de la crisis climática, todos debemos trabajar por, desde nuestro ámbito personal y profesional, aportar soluciones.

A nivel político, en España vivimos por primera vez cómo la transición ecológica se ha elevado a rango de vicepresidencia, lo que confirma que los desafíos medioambientales son una prioridad para el Ejecutivo. En un momento, además, en el ámbito legislativo, el medioambiente también está cobrando más protagonismo que nunca. En 2020 se comenzarán a transponer varias directivas europeas, incluidas en el Paquete de Economía Circular, cuyo objetivo es "cerrar el círculo" del ciclo de vida de los productos a través de un mayor reciclado y reutilización, llegando a establecer ambiciosos objetivos de reciclado para todos los tipos de residuos.

En este punto, el papel de las empresas a la hora de dinamizar la economía circular cobra cada vez más importancia. Resolver los problemas medioambientales implica primero identificarse como parte del problema y de la solución, de ahí que el sector empresarial deba dar aún pasos más firmes, especialmente en la reducción de la generación de residuos. Desde Ecoembes, somos firmes defensores de la economía circular, la producción y el consumo responsables, y trabajamos para aportar desde el reciclaje y el ecodiseño de envases a su consecución. Para ello, nuestro modelo tiene que seguir innovando, evolucionando y para continuar adaptándose a las necesidades de una sociedad cada vez más exigente y cercana a los problemas medioambientales, que ha encontrado en el reciclaje una manera de convertir su compromiso en solución.



**Laura Alonso,** Directora General of European Recycling Platform (ERP) España

Dedicándonos como nos dedicamos a la gestión de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) y de pilas y baterías (RPA), no puedo evitar decir que, desde ERP España, nos alegramos de que El Nuevo Lunes no haga esta pregunta que nos viene como anillo al dedo. La normativa europea exige a las empresas que ponen en el mercado este tipo de productos responsabilizarse de la gestión de sus residuos, ya que por un lado contienen materiales valiosos, que se pueden reutilizar evitando la sobreexplotación de recursos naturales, y, por otro, elementos dañinos para nuestro entorno que deben gestionarse correctamente.

Desde ERP nos encargamos, en nombre de nuestros asociados, de la correcta gestión de dichos residuos, cuidando al máximo su trazabilidad -elemento crucial para que el sistema funcione-, desde que son desechados por los consumidores, hasta que son reutilizados o reciclados, evitando así efectos perjudiciales para el medio ambiente y garantizando la transición de las empre-

sas productoras y de la sociedad en su conjunto hacia una economía circular real.

Esta actividad cobra aún más importancia para el crecimiento sostenible en el contexto actual, en el que la revolución digital ha traído consigo una multiplicación en hogares y oficinas del número de dispositivos electrónicos "imprescindibles". En este sentido, debemos entender que es trabajo de todos lograr un punto de equilibrio, priorizando a la hora de desechar cualquier aparato las 4R del reciclaje (reducir, reutilizar, reciclar y recuperar). Y para ello, aunque se ha recorrido mucho camino desde la implantación de la normativa en 2005, resulta fundamental la colaboración de los consumidores a la hora de deshacerse de este tipo de residuos. Solo deben depositarse en los puntos habilitados para ello, ya que, de lo contrario, es muy probable que terminen sus días en canales no autorizados, donde solo interesa recuperar algunos materiales con valor, muchas veces mediante procedimientos peligrosos para el medio ambiente y para la salud de las personas que los manipulan. En estos casos, las partes que no interesan son desechadas sin ningún control, incluidos los componentes más contaminantes para el medio ambiente.



**Manuel Camas,** Presidente de Gaona y Rozados Abogados

Pese a que, en los últimos años del siglo XX, los retos del nuevo siglo que estaban por venir se focalizaban en la globalización y digitalización, el avance imparable de los efectos perniciosos que el cambio climático está provocando han priorizado el respeto por el medio ambiente como desafío necesario.

Los despachos de abogados, como cualquier otra entidad, lo están haciendo con medidas de reducción del consumo de papel, control del uso del aire acondicionado o luces de bajo consumo. Pero podemos hacer más.

La abogacía revisa, asesora y redacta cientos de contratos por lo que fomentar que, en todos ellos, exista una cláusula en la que las partes se obliguen a ser respetuosas con el medio ambiente y a aplicar políticas de desarrollo sostenible es similar a la cláusula de protección de datos, la del respeto por la igualdad o la de la aplicación de sistemas de cumplimiento legal. Esto contribuirá al compromiso de aplicar un desarrollo sostenible y respetuoso con el medio ambiente. Los despachos que trabajamos para entidades públicas ya estamos en este camino gracias al impulso que la propia administración está imprimiendo. Hay que hacerlo ahora con el ámbito privado.

**Juan Millán,** Socio Director de Gedeth Network

Más allá del compromiso responsable con el medio ambiente, como ocurre con cualquier crisis comer-



cial, podemos ver el cambio climático como un problema o como una oportunidad ya que los negocios pueden encontrar interesantes beneficios, tanto sociales como económicos, por la adopción de prácticas sostenibles.

En primer lugar, diseñando productos y servicios sostenibles desde su concepción hasta el final de su vida útil. Utilizando componentes y materias primas que no generen desigualdades y que puedan ser reciclados. No es suficiente con entregar nuestro producto en una caja de cartón ecológica, sino que hay que evitar las devoluciones por envíos erróneos o productos defectuosos.

En segundo lugar, el compromiso social y la adopción de prácticas sostenibles aumenta la atracción por querer trabajar en esas empresas, favoreciendo la captación de talento internacional. Además, tiene otra ventaja en las ventas: según Nielsen, más del 80% de los usuarios prefiere comprar a empresas que ayudan a mejorar el medio ambiente.

Por último, las medidas impulsadas desde instituciones y gobiernos, como ocurre con la ley de economía circular aprobada recientemente en Castilla-La Mancha, favorece la creación de nuevas startups, generación de empleo -hasta 30.000 puestos de trabajos verdes prevé Castilla-La Mancha- y la atracción de inversiones de empresas extranjeras para impulsar sectores de actividad en negocios verdes: la bioeconomía, biotecnología, agroalimentación, energías renovables, reciclado y tratamiento de residuos...



**Alejandro Martínez Borrell,** Presidente de Grant Thornton

200 grandes empresas estadounidenses, el Business Roundtable, declararon en agosto de 2019 que el beneficio y el valor al accionista no son ya sus únicos objetivos, sino encontrar un propósito corporativo que ofrezca valor a toda la sociedad. El cambio climático obliga a replantear el crecimiento de nuestras empresas y enfocar su responsabilidad y su impacto en el planeta, ya que se avecinan nuevas regulaciones y leyes que impactarán en nuestros modelos de negocio. En este sentido, es importante entender a qué nos obligan los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, orientando nuestras inversiones bajo sus criterios; ofrecer transparencia a las cadenas de suministro mediante tecnologías como Blockchain; reforzar las políticas pro-clima para evitar sanciones futuras; innovar en nuestras finanzas, a tra-

vés de vehículos de inversión verdes; modernizar las estructuras de gobierno corporativo de nuestras empresas bajo criterios de sostenibilidad; remodelar negocios basados en el carbón e incentivar las colaboraciones entre sectores como el de la movilidad sostenible. Por último, crear culturas corporativas que premien los avances en sostenibilidad. Son algunas claves para seguir asegurando el progreso empresarial con el respeto adecuado a nuestro planeta.



**Juan Ramón Pérez Sancho,** CEO-Director General Ejecutivo del Grupo EULEN

Uno de los pilares más importantes de nuestra Responsabilidad Social Corporativa es el compromiso que tenemos con el medio ambiente. Aspectos como la eficiencia en el consumo de recursos, el fomento de la economía circular y la reducción de las emisiones, son para nosotros aspectos claves para la sostenibilidad de nuestra sociedad.

Además de la aportación a los ODS sociales y económicos como trabajo decente y crecimiento económico, reducción de las desigualdades, igualdad de género, educación de calidad salud y bienestar, fin de la pobreza e industria, innovación e infraestructura, en los últimos años hemos incrementado el gasto e inversión en proyectos ambientales, obteniendo el sello de CO<sub>2</sub> que otorga el Ministerio de Transición Ecológica de España.

Por su parte, nuestra contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible medioambientales hacen relación al agua limpia y saneamiento, producción y consumo responsable, vida submarina flora y fauna terrestres, así como acción por el clima.

Nuestro compromiso y apuesta por el respeto al entorno va más allá de nuestra propia actividad, diseñando y desarrollando en nuestro portafolio, nuevos servicios sostenibles como la gestión integral de puntos de recarga, las instalaciones fotovoltaicas de autoconsumo, los bosques activos, filtros verdes y la gestión y compensación de la huella de carbono, entre otros.

Con ellos, ayudamos a nuestros clientes a que sean empresas más sostenibles y que impacten de manera positiva en la sociedad.





**Javier Goñi del Cacho,**  
Presidente y Consejero  
Delegado del Grupo  
Fertiberia

Hablar de fertilizantes va ineludiblemente ligado a la agricultura y a la necesidad de alimentar a una población mundial, que de acuerdo con la FAO, alcanzará la cifra de 9.500 millones de personas en 2050. Según este mismo organismo, el planeta deberá producir un 50% más de alimentos en esa fecha, y este incremento debe provenir de un mayor rendimiento de las tierras ya cultivadas, lo que se puede alcanzar mediante un mayor y correcto empleo de fertilizantes químicos.

Este es nuestro gran reto: producir fertilizantes altamente eficientes en cuanto a productividad y respeto medioambiental, de tal modo que no sea necesario deforestar ninguna hectárea más.

Las exigencias de carácter medioambiental son cada día más determinantes, y los acuerdos de París ya establecen unas regulaciones muy estrictas. Nadie pone en duda que los fertilizantes contribuyen de forma positiva al cambio climático, pero los agricultores nos demandan, ya, fertilizantes más eficaces agrónomicamente, y más eficientes desde un punto de vista medioambiental.

Adaptarse a esta nueva realidad ha hecho que estemos multiplicando el esfuerzo en investigación, lo que se está traduciendo en el diseño de productos más innovadores, que, de hecho, ya crecen a un ritmo mucho mayor que los considerados 'commodities'.

Y quisiera aprovechar estas líneas para comentar un ejemplo reciente del que estamos muy orgullosos, y es que Fertiberia lidera en la actualidad el proyecto B-FERST, proyecto cofinanciado por la UE, que persigue la creación de nuevos fertilizantes con base biológica para una agricultura más sostenible. B-FERST propone un cambio de modelo, eliminando el empleo de recursos no renovables, y aplicando modelos de producción más sostenibles, que se traduzcan en productos especializados que den respuesta a diferentes ecosistemas agrícolas.

El objetivo es desarrollar una nueva generación de fertilizantes sostenibles de base biológica, enmarcados en los conceptos de economía circular y de química verde, lo que permitirá la integración de la valorización de biorresiduos, y la transformación de los residuos municipales y agroalimentarios en fertilizantes, contribuyendo por tanto a la economía circular.

Estamos convencidos de la necesidad de apostar decididamente por la investigación, y conseguir que esta se traduzca en innovación, lo que nos permite aportar soluciones, ya hoy, y poder asumir los retos actuales y futuros de nuestro sector, un sector que alimenta al mundo.

**Carlos Martínez,** Presidente de IMF Business School

El crecimiento sostenible en la sociedad moderna no es una mera forma



de estilo que esté de acuerdo con los movimientos sociales, sino una necesidad tanto en la forma como en el fondo, pues sólo así conseguiremos un desarrollo armónico y aliado para que las empresas, como los estamentos sociales, académicos y el conjunto de nuestra forma de vida siga su desarrollo de manera apropiada.

Los principios del bienestar derivados de los logros alcanzados en esta década deben servirnos para fomentar y consolidar un estilo de vida profesional y social fundamentado y acorde con las necesidades de protección y mantenimiento estable de nuestro medio ambiente, pues es la única forma de continuar creando riqueza y desarrollo para mantener un planeta sostenible en todos los niveles y para procurar acortar las distancias entre los países emergentes que todavía luchan por el crecimiento y la estabilidad de sus economías y de sus sociedades, tanto en el estilo de vida como en la implantación de sus regímenes políticos en conjunción con los desarrollos actuales.

Desde la formación con una evolución continúa hacia una calidad y progreso social, tanto en lo económico como en lo social, es necesario que implementemos estilos académicos, que sin abandonar el progreso de la investigación y los nuevos logros científicos e industriales, implanten en los futuros directivos una forma ética de conjugar evolución industrial y científica sin perder la deontología y los valores que preservan las normas que regulan el buen desarrollo de la humanidad.

Por tanto, aprovechemos las ventajas que nos ofrece la ciencia sin renunciar a nuestro sentido humanístico para crear una sociedad más sostenible, consolidando los avances conseguidos, pero preservando los valores morales, con el fin de alcanzar cuotas que implementen un avance cada vez más respetuoso con nuestro entorno, que nos exija unas normas de uso transparentes y ajustadas a del tiempo que estamos viviendo.



**Carlos Tur,** Country  
Manager de Jaggaer España  
y Portugal

Las organizaciones que han afrontado el reto de digitalizar el área de compras aprovechan mejor las oportunidades inherentes a su negocio: mayores ahorros, menor coste de las ventas e incluso duplicar sus márgenes. Comprar online reduce el trabajo manual y otras gestiones innecesarias y además fomenta la transparencia y la visibilidad de las operaciones. En definitiva: invertir

en tecnología es rentable. Pero es más que eso: es sostenible, es lógico, es ético. Aun así, sólo el 2% de compañías afirma haber automatizado completamente sus procesos de compras. Y como dato preocupante: más de una quinta parte sigue dependiendo del papel. ¿Imaginan, en pleno siglo XXI, a un director de compras enviando cartas y faxes a potenciales proveedores buscando la mejor oferta para adquirir un bien o servicio? Obsoleto, como mínimo. En 2019 logramos uno de los premios anuales que la revista Supply & Demand Chain Executive concede a proveedores de soluciones relacionadas con cadenas de suministro, reconociendo que contribuimos a que nuestros clientes logren sus objetivos de sostenibilidad. Porque muchas organizaciones ya están convencidas de la necesidad de dejar atrás los viejos procedimientos, los métodos que solo hacen perder tiempo, suponen un derroche de recursos y dejan una huella de carbono que se debe eliminar.

Un año más, animamos a las empresas a sumarse al reto tecnológico para ajustar costes y contribuir de forma activa a la mejora de nuestro entorno.



**Carlos R. Canosa,** Manager  
de KUIKO, plataforma  
Online de Ferrovial  
Servicios

Desde KUIKO, la plataforma online de Ferrovial Servicios para encontrar, elegir y contratar a los mejores profesionales locales de reformas, limpieza y mantenimiento, apostamos por aplicar la transformación digital a los procesos para que las empresas crezcan de manera más sostenible y además aumenten la calidad del servicio.

Por ejemplo, aplicamos la automatización de procesos y la inteligencia artificial para generar presupuestos de profesionales locales en tiempo real mientras los usuarios están realizando su solicitud online.

Los sistemas de puntuación asociados a la plataforma permiten a los clientes elegir a los proveedores en función de las valoraciones de otros usuarios, que tienen en cuenta multitud de criterios, tales como sus certificados, desempeño ambiental, orientación al cumplimiento de las normativas y mejores prácticas en prevención de riesgos laborales, etc. De esta manera, permitimos una selección de proveedores óptima y evitamos que se realicen desplazamientos innecesarios para hacer las visitas a los comerciales y reducimos el consumo de energía, minimizando las emisiones de CO<sub>2</sub>, tanto de los profesionales como de los propios clientes. Además, todas las gestiones se realizan de manera digital, por lo que conseguimos que el consumo de papel asociado al negocio sea prácticamente nulo.

Aprovechar las bondades de la digitalización es la base para el futuro de las empresas, ya que a través de esta vía pueden crecer de forma sostenible para el medio ambiente. Por eso en KUIKO utilizamos la tecnología para evolucionar nuestros servicios de forma continua, siendo

respetuosos con el entorno y mejorar la calidad de vida de nuestros usuarios.



**Andrés Horcajada,** CEO  
de LOCARE y Consejero  
y Fundador de TECTUM

Los edificios son responsables del 40% del consumo de energía y del 36% de las emisiones de CO<sub>2</sub> en la UE, de ahí la importancia de marcarse la sostenibilidad como un objetivo en el proceso productivo de la vivienda. Si hasta ahora se ha hablado de integrar las energías renovables en los edificios, a partir de ahora se hablará de integrar una combinación de elementos interconectados entre sí, como el autoconsumo de las instalaciones técnicas, la integración del vehículo eléctrico y la gestión activa de la energía a través de las aplicaciones inteligentes. (Directiva UE) 2018/844 que modifica la Directiva 2010/31/UE de eficiencia energética de los edificios).

Nos sumamos desde la actividad promotora con una gran labor implementando la transformación digital de la gestión e invirtiendo en innovación tecnológica y técnica, como modelos de construcción industrializados, mejorando la reducción del consumo de materias primas. Apostando por metodologías de reaprovechamiento de los residuos se generan menos desechos y un uso más eficiente de los materiales y, mejorando el uso de las energías durante la construcción y la vida de los edificios, invirtiendo en energías renovables, como la solar, y en sistemas de eficiencia energética, se logran certificaciones energéticas A y se disminuye el gasto final de las familias en vivienda.

Desde el sector inmobiliario creemos que el abordaje de un crecimiento sostenible ha de ir más allá de nuestra labor puramente promotora para convertirnos en portadores y promotores de la sostenibilidad activa en las comunidades y de la diversificación de la oferta pública de vivienda para garantizar la cohesión social.

Al final, el objetivo europeo de reducir las emisiones, mejorar el consumo energético, sus fuentes y crear ciudades seguras, inclusivas y resilientes es posible si las empresas y las personas se unen en un compromiso conjunto.



**Manuel Alfonso,** Director  
General de Lyreco Iberia

En Lyreco estamos convencidos de que apostar por la sostenibilidad es la única opción para hacer negocios de forma ética. Con esta máxima en

mente, trabajamos para que la sostenibilidad forme parte de todos los procesos de toma de decisiones de nuestra actividad.

En 2019 hemos reducido un 12% nuestra huella de carbono por entrega, con acciones como apostar por energías renovables, optimizando rutas o reduciendo en un 7% la cantidad de embalajes de los pedidos. En el catálogo 2019 contamos con más de 1.500 referencias de productos ecológicos, que en ventas suponen el 31,44% de los productos vendidos, lo que demuestra que el mercado apuesta cada vez más por las compras sostenibles. Disponemos de consumibles y tóner remanufacturados de la marca Lyreco, que se fabrican siguiendo modelos de economía circular. Ofrecemos a los clientes un servicio de recogida gratuito de los cartuchos y de otros residuos.

Este año hemos calculado la Huella Ambiental de Producto (HAP) de más de 40 detergentes de la marca Lyreco para que los clientes puedan valorar el comportamiento ambiental de los productos a lo largo de su ciclo de vida. Tenemos previsto evaluar el resto de productos de nuestra marca propia (cartuchos, materiales de escritura e impresión, papel y libretas, etc.) y haremos públicos los resultados a medio plazo.



**Alfonso Ganzabal,** Director  
General de Sisteplant

En el ámbito industrial, el futuro pasa por crear productos más duraderos y sostenibles, aunque ello implique un aumento del precio. Una concienciación cada vez mayor sobre la necesidad de proteger el medio ambiente priorizará que sea el propio consumidor el que dirija a las empresas hacia ese modelo.

El reciclaje de productos y la fabricación serán otros de los elementos con los que la industria contribuirá a lograr un crecimiento sostenible para y para lograrlo será necesario acometer una transformación. La fabricación avanzada, un modelo que va más allá de la industria 4.0, se presenta como la gran aliada para lograr los objetivos aquí planteados, ya que permite establecer un control absoluto del proceso productivo, adaptándolo según las necesidades; predecir fallos y lograr la autorregulación de los propios sistemas, permitiendo el ahorro energético inmediato, y gracias a la tecnología "0 defectos", evitar retrabajos que generan sobrecostes de materiales y de consumo de recursos.

Este modelo de fabricación es, además, enormemente rentable: llegando a alcanzar unos márgenes de entre el 15% y el 20% sobre las ventas. Queda claro que la industria tiene mucho que aportar a estos objetivos que constituyen una forma de garantizar su futuro y el de todos.

**Consuelo Villanueva,**  
Directora de Instituciones  
y Grandes Cuentas  
de Sociedad de Tasación

Responsabilidad, compromiso, impacto... serían las tres palabras



que resumen la toma de postura y la acción que aliena a Sociedad de Tasación con el sector inmobiliario. Somos parte activa de un sector consciente de los retos a nivel global puestos de manifiesto a través de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible). De forma directa el cambio social a modelos urbanos de concentración que muestra el mapa de las ciudades en el mundo con sus problemas de desarrollo de servicios e infraestructuras que generen ciudades y comunidades sostenibles.

Responsabilidad y compromiso con la sociedad, con nuestros clientes, proveedores, empleados y medioambiente. Desde la empresa y el Grupo Sociedad de Tasación, apoyamos diferentes iniciativas y proyectos, propios y de terceros que ponen de manifiesto nuestro compromiso, a través de acciones como colaborar con el proyecto Observatorio 2030, iniciativa a cargo del Consejo Superior de los Colegios de Arquitectos de España (CSCAE), con la financiación de la construcción de viviendas sociales en Sierra Leona a través de una iniciativa del Círculo Inmobiliario, con labores de voluntariado y apoyo al tercer sector, etc. Asimismo, el compromiso con nuestros empleados incorpora prácticas laborales de diversidad e igualdad de oportu-

nidades, reconocimiento de la excelencia y beneficios sociales.

Ya no hay vuelta atrás, las empresas estamos incorporando en nuestro ADN estrategias de sostenibilidad medioambiental, social y de gobierno corporativo (ESG) y desde esta perspectiva desarrollamos en nuestra actividad, vehículos dirigidos a generar un impacto medible. Esto estará ya indisolublemente ligado a nuestra actividad empresarial. El binomio progreso – sostenibilidad no es solo posible, sino necesario.



**Carlos Calero, Director General de Vinci Hoteles**

El cuidado de nuestro entorno es responsabilidad de todos, de nada sirve pedir esfuerzos a las familias si las empresas no somos los primeros en estar concienciados, y para ello es necesario que cada empresa contribuya en la medida de lo posible desde su sector de actividad. Vinci Hoteles ha apostado desde su creación por un modelo de turismo sostenible que implica la mejora continua, la optimización de recursos, el control de consumos, la reducción y gestión de los residuos, así como el respeto y la protección del medio ambiente en todos los establecimientos de la cadena,

tanto hoteles como oficinas centrales. En el sector turístico, consideramos que es fundamental integrar la gestión de calidad y medio ambiente en cada uno de los alojamientos y a nivel grupo; identificar y cumplir las reglamentaciones legales de ámbito local, autonómico, estatal y comunitario en esta materia; prevenir, en la medida de las posibilidades, la contaminación; y promover el ahorro de recursos energéticos y naturales. Para ello, es necesaria la puesta en marcha de medidas como la eliminación de productos contaminantes como son los plásticos o químicos y su sustitución por otras opciones sostenibles, pero también la utilización de materias primas de proximidad local, utilización de proveedores que usen para el transporte vehículos de emisión 0, y otras muchas disposiciones, que deben centrar los esfuerzos en un mismo objetivo: la mejora del medio ambiente.

**TRANSPORTE Y LOGÍSTICA**



**Claude Piwko, Director General DHL Parcel Iberia**

El transporte es, sin duda, uno de los sectores implicados en la gene-

ración de emisiones nocivas para el medio ambiente. Sin embargo, en los últimos años, las estrategias de las compañías del sector y los avances que la automoción está aportando a la movilidad, mediante tecnologías cada día más avanzadas y el uso de nuevas formas de energía y combustible, contribuyen de forma firme a un cambio de paradigma.

DHL Parcel es una compañía totalmente comprometida e implicada con el crecimiento sostenible, así como responsable con el medio ambiente. Cada año incrementamos el ahorro de emisiones de CO<sub>2</sub>, mediante un plan de acciones que incluye: el desarrollo de acuerdos para la realización de entregas sostenibles en la última milla, la utilización de vehículos eléctricos, que se está implantando de forma paulatina en diversas ciudades de España y la ampliación de nuestra red de ServicePoint, para la entrega y recogida de paquetes.

El Grupo Deutsche Post DHL, al que pertenece DHL, está desarrollando su estrategia "Misión 2050", cuyo objetivo es reducir a cero todas las emisiones relacionadas con la actividad del transporte y la logística para el año 2050, por este motivo todas las acciones puestas en marcha por parte de DHL Parcel, están dirigidas a alcanzar dicho objetivo.

**Javier Díaz-Laviada, Director General de Hertz España**

Vivimos en la era del alquiler y la suscripción, donde lo que importa no es tener, sino disponer. Se trata de un cambio de paradigma que toma fuerza, en especial, en el mundo de la automoción; pero con un agregado: la preocupación por el medio



ambiente. Una realidad que urge a las empresas del sector a ofrecer a los conductores soluciones alternativas al coche en propiedad, que permitan ahorrar tiempo y dinero y que, además, sean ecológicas.

El alquiler de coches y el carsharing, que no deja de ser una forma de alquilar coches, han respondido con éxito a estos cambios en las formas de consumo apostando por reducir las emisiones de gases invernadero de sus flotas. Ya no solo aumentando el número de vehículos propulsados por energías limpias, promoviendo su uso y ayudando a que crezca su demanda, sino también ofreciendo únicamente automóviles nuevos, los cuales cumplen con todas las normativas impuestas más allá del tipo de combustión que utilicen.

Por su parte, al fomentar uso del vehículo compartido y reducir el número de coches en las ciudades, también el rent-a-car ayuda a reducir la contaminación que producen los automóviles al circular, así como también la que se genera por el tratamiento de los vehículos al finalizar su vida útil.

