

Con motivo de la celebración el 5 de junio del Día Mundial del Medioambiente 2022, MERCOS comparte las principales conclusiones medioambientales del último monitor de Responsabilidad ESG

## Los directivos señalan el compromiso medioambiental como una línea de trabajo para las empresas españolas



- Las empresas en España han aumentado las inversiones en acciones medioambientales, pasando del 0,93% al 1,60%.
- Pese a los avances alcanzados, para los directivos de las grandes empresas, el compromiso con el medio ambiente y el cambio climático sigue siendo una línea de trabajo.
- Desde Merco, queremos señalar algunas de las acciones que están llevando a cabo las compañías más comprometidas con el medioambiente; aquellas que buscan que el impacto de su actividad empresarial sobre el entorno sea mínimo.

**Madrid, 2 de junio de 2022-** Como cada 5 de junio desde hace cinco décadas, este domingo se celebra el Día Mundial del Medioambiente, una fecha designada por la Conferencia de las Naciones Unidas para concienciar sobre la necesidad de protegerlo, así como para servir de plataforma de divulgación pública ambiental.

En esta edición, el lema es “Una sola Tierra”. ¿Los retos? Luchar contra la contaminación, la pérdida de hábitat y el calentamiento global. Porque, en toda nuestra galaxia, en la que hay miles de millones de planetas, solo hay un planeta Tierra y los recursos naturales no son infinitos.

La solución pasa por apostar de manera firme por una sostenibilidad medioambiental (uno de los cimientos sobre los que se asientan los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU) que consiga satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las de las generaciones futuras y que permita, a su vez, un equilibrio con el crecimiento económico y el bienestar social.

## Las empresas más responsables con el medioambiente, según Merco

El recientemente publicado ranking **Merco Responsabilidad ESG España 2021** (anterior Merco Responsabilidad y Gobierno Corporativo) adquiere una visión más holística de la sostenibilidad empresarial, dando lugar a un ranking general y, por primera vez, a tres subrankings por cada una de las siglas en inglés de Medioambiente (E), Social (S) y Gobernanza (G). Pero más allá de los rankings, podemos extraer importantes hallazgos que hacen una radiografía a la actividad de las compañías.

¿Qué dicen los directivos de **las empresas más responsables**? Apuntan como principal fortaleza **el comportamiento ético** (con un saldo positivo de 10,2), mientras el valor más débil está precisamente en el **compromiso con el medio ambiente y el cambio climático** (-10,6), evidenciando que, a pesar de los avances que están llevando a cabo las compañías al respecto, todavía queda mucho por hacer.

No obstante, hay **indicadores objetivos que señalan que hay una mejora** en las medidas que las empresas están adoptando en su responsabilidad medioambiental, como la reducción del consumo de papel blanco (-11,99% respecto al año anterior), o **el aumento en las inversiones en acciones medioambientales**, que pasa del 0,93% al 1,60%.

Por parte de los trabajadores, se **puntuá** (en una escala de 0 a 10) **casi con sobresaliente la actuación de sus empresas con el medio ambiente** (8,62), por detrás de la responsabilidad a nivel fiscal (9,06), la responsabilidad con los clientes (8,83) y la responsabilidad con la sociedad (8,66).

### Acciones más relevantes de las empresas que lideran el ranking medioambiental de Merco

Según se extrae del apartado medioambiental del reciente monitor, el compromiso llevado a la práctica es lo que ha permitido a algunas compañías escalar posiciones en la valoración de sus públicos. Algunas de estas organizaciones líderes han emprendido una senda de actuaciones encaminadas a reducir su impacto negativo en el entorno en el que operan.

Para ello, es crucial promover, como indican desde **Grupo Social Once**, la economía circular, implementando medidas que favorezcan la reutilización de los productos, la segregación y gestión de todos los residuos y la reducción del consumo de recursos, lo que le ha llevado, entre otras medidas, a desarrollar un Plan de Movilidad que permite mejorar y reducir los desplazamientos, o instalar placas fotovoltaicas en sus edificios.

La apuesta definitiva por favorecer el autoconsumo ha hecho que empresas como **Ikea** se fijen el objetivo de ser un negocio energéticamente independiente y que el 100% de la energía que se consume en toda su cadena de valor sea renovable, contribuyendo al ambicioso objetivo de convertirse en un negocio 100% circular en 2030.

La adaptación de las infraestructuras es trascendental, haciéndolas más ergonómicas y ecoeficientes, como ocurre en **Mutua Madrileña**, donde el 95% de sus empleados trabajan en edificios que cuentan con certificaciones ISO 50001 e ISO 14001; o en **Inditex**, que tiene el 66% de sus establecimientos propios conectados al sistema de control energético Inergy, permitiendo minimizar el consumo de recursos sin afectar a

la experiencia de sus clientes. Este control es fundamental para garantizar una alta eficiencia.

Asimismo, en lo relativo al proceso de elaboración, **Mahou San Miguel** destaca por haber llegado a un acuerdo en su centro de Burgos con Verallia, líder europeo en la fabricación de envases de vidrio para el sector de bebidas y alimentación, que consiste en el aprovechamiento de la energía residual generada en la fundición del vidrio para la elaboración de la cerveza, lo que ha reducido en un 60% el consumo de gas natural en su proceso productivo.

La innovación es sin duda una pieza clave para alcanzar la sostenibilidad. Y una innovación sostenible afecta tanto a la creación de los productos como a la aplicación de procesos sostenibles. En este sentido, **Heineken** ha implantado en su fábrica de San Sebastián de los Reyes (Madrid) el primer filtro verde forestal cervecero del mundo. O lo que es lo mismo, una depuradora natural que utiliza las raíces de los árboles para limpiar el agua. Porque el agua es el recurso más preciado del planeta y, tal y como apunta la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), sólo el 0,003% del agua del mundo se puede emplear para beber, la agricultura o la industria.

Para ahorrar materias primas y conservar los recursos naturales y los ecosistemas, es importante impulsar el reciclaje. En especial del plástico, que se ha convertido en un verdadero problema por los microplásticos, que acaban afectando a la salud de las personas. Para luchar contra ello **Pascual** ha ideado nuevas botellas que se componen en un 28% de materiales renovables elaborados a partir de caña de azúcar, sustituyendo materiales de origen fósil. Y con los envases de Bezolla, Pascual cumple el objetivo de botellas que tienen en su composición un 100% de plástico reciclado.

Firmas como **Ecoalf**, que han hecho del reciclaje su seña de identidad, dejan ver su importancia en proyectos como 'Upcycling the Oceans', de la Fundación Ecoalf, que desde 2015, gracias a la ayuda de pescadores de España, Italia, Grecia y Francia, busca eliminar de los océanos toneladas de desechos (en su mayoría plásticos) que en muchas ocasiones llegan a nuestros mares y océanos a través de las cuencas fluviales, y en consecuencia a la cadena alimenticia... Algo intolerable. Porque como defiende **Sanitas** en un necesario ejercicio de divulgación a la sociedad, la salud del planeta y de los ecosistemas está directamente relacionada con la de las personas, según la evidencia científica y el concepto One Health de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

En lo que a optimización de la logística de almacenamiento y distribución se refiere, hay acciones reseñables como las de **Mercadona**, que trabaja para transportar la máxima cantidad de productos usando el menor número de trayectos y así reducir los impactos asociados a este proceso. Para ello, actualmente se están utilizando combustibles menos contaminantes, mejorando los equipos de frío en los camiones y furgonetas y la compañía se ha adherido a iniciativas como Lean & Green, con la que se ha acreditado una reducción del 27 % de las emisiones de CO2.

Alcanzar la neutralidad en la huella de carbono se ha convertido en prioridad para todas aquellas empresas que destacan por su responsabilidad con el medioambiente. Por ello, **Iberdrola** planea invertir 75.000 millones de euros hasta 2025, que serán 150.000 a 2030, los cuales irán destinados principalmente a renovables y redes, infraestructuras clave para alcanzar una economía de carbono cero. Y en **Telefónica**, cuyo compromiso es alcanzar cero emisiones netas en 2025 en los principales mercados y en 2040 a nivel mundial, es tal su compromiso con estos objetivos de

reducción que forman parte de la retribución variable de todos los empleados de la compañía, incluyendo al Comité de Dirección.

Por otro lado, las empresas tienen el deber de acompañar a los clientes en su transición sostenible, asesorando y ofertando productos y servicios con criterios ambientales, como los préstamos “verdes” que ofrece **Caixabank** para financiar proyectos que cumplen con los Green Loan Principles (GLP) fijados por la Loan Market Association (LMA). Por su parte, **Leroy Merlin** presume de contar con cinco categorías diferentes para hacer más sostenibles los hogares: Entorno saludable, Ahorro de agua, Confort sostenible, Energía renovable y Economía circular. En 2021 contaron con 13.285 referencias diferentes de Ecopciones, suponiendo el 9,3% de su cifra de venta el pasado año.

E igualmente importante es concienciar a los trabajadores. Por ello, además de promover una cultura mediambiental responsable mediante comunicaciones, formaciones o eventos, **Mapfre**, por ejemplo, ha instalado puestos gratuitos de recarga para vehículos eléctricos y dispone de rutas de autobuses para empleados. Al mismo tiempo, se han propuesto reducir los viajes de negocios (avión y coche).

Queda claro que defender la biodiversidad y proteger el planeta mediante una gestión responsable de los recursos naturales es tarea de todos, pero no cabe duda de que la actuación de las empresas para alcanzarlo es determinante.

### Datos importantes sobre el Monitor Merco:

- Merco viene evaluando desde el año 2000 la reputación de empresas, líderes e instituciones y se ha convertido en el principal proveedor de estudios de reputación en Iberoamérica. Actualmente Merco se publica en España, Colombia, Argentina, Chile, Ecuador, Perú, Brasil, México, Bolivia, Costa Rica, Panamá, Portugal, Uruguay, Paraguay, Guatemala e Italia.
- La participación en Merco no tiene coste para las empresas y la posición de las mismas en el ranking depende exclusivamente del reconocimiento de su atractivo para atraer y retener talento en los diferentes stakeholders.
- Merco no recibe subvención o patrocinio alguno, se financia exclusivamente a través de la comercialización de los informes confidenciales a quienes libremente lo soliciten una vez publicados los resultados y, para reforzar su independencia, no hace consultoría.
- La metodología y los resultados de Merco están sometidos a un proceso de revisión independiente por parte de KPMG de acuerdo con la norma ISAE 3000, son públicos y están disponibles en la web [www.merco.info](http://www.merco.info).
- Merco es el único monitor de reputación verificado en el mundo. “*El seguimiento de la metodología establecida por Merco es objeto de revisión independiente por parte de KPMG de acuerdo con la norma ISAE 3000. Por esta razón, KPMG no hace pública su posición en esta clasificación*”.

Más información y entrevistas:

**Daniel Oller Jorge** | [daniel.oller@merco.info](mailto:daniel.oller@merco.info) | 639 87 15 01  
**Jesús Álvarez Frías** | [jesus.alvarez@merco.info](mailto:jesus.alvarez@merco.info) | 663 81 96 44  
[www.merco.info](http://www.merco.info) | 915 71 27 77