

FORO DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE

Pacto de Estado para un mundo sostenible

DEBATE/ La necesidad de una alianza empresarial que fomente la responsabilidad medioambiental de las compañías para cumplir los objetivos del Acuerdo de París ha sido el eje del encuentro organizado por Unidad Editorial.

Marco Pérez. Madrid

Quizás solo cuando el médico nos dice que nuestros valores están muy lejos de lo normal es cuando empezamos a preocuparnos seriamente por nuestra salud. Entonces comenzamos a comer más sano y a realizar una intensa, aunque a menudo breve, actividad deportiva. En pocas palabras, empezamos a experimentar una sensación de pánico. La única emoción que, para Carles Navarro, director general de Basf Española, puede realmente cambiar el destino del planeta. “Admiro a Greta Thunberg cuando dice que prefiere el pánico a la sensibilización. En el caso del agujero de ozono, solo el miedo pudo ganar la lucha contra el tiempo”.

Concienciación

De esta y de otras estrategias se habló el pasado miércoles, con motivo del Día Mundial del Medio Ambiente, en la conferencia *Alianzas para un Mundo Sostenible*, organizada por el grupo de Unidad Editorial. Con el patrocinio de Basf Española, Chiesi España, Inditex y Signus Ecovalor y la colaboración de Fitch Ratings y Borges, al evento asistieron las principales fuerzas políticas.

A través de tres mesas redondas se ha debatido sobre un posible pacto de estado para un plan de desarrollo sostenible; una alianza empresarial con el objetivo de fomentar la responsabilidad medioambiental de las empresas; y un plan de financiación para conseguir el cumplimiento de la Agenda 2030. El acto tuvo lugar en el madrileño Hotel Santo Domingo, en un escenario en el que las sillas de los ponentes estaban hechas de material reciclado.

Los patrocinadores centraron sus intervenciones en factores ambientales, económicos y éticos. Para Alfred Vernis, director académico de Sostenibilidad de Inditex, “todavía estamos aprendiendo el camino correcto”.

El compromiso corporativo sigue siendo un elemento central de la sostenibilidad empresarial, presente en todas las áreas del ciclo económico (industrial, financiero y servicios). Entre sus objetivos se encuentran la reducción de emisiones, una mayor eficien-



De izquierda a derecha: Carles Navarro, director general de Basf Española; Carmen Basolas, directora de Relaciones Institucionales, Market Access y Comunicación de Chiesi España; Alfred Vernis, director académico de Sostenibilidad de Inditex; Germán Granada, director general de Forética; Román Martín, director de Relaciones Institucionales en Signus Ecovalor SL; Antonio Calvo, director de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad en Red Eléctrica de España; y Victoria Morales, directora de Recursos Humanos de Borges International Group.



Foto de ambiente del foro 'Alianzas para un Mundo Sostenible'.

cia en el ahorro de energía, mejorar las condiciones de los trabajadores, reducir la huella ecológica y un aumento de la inversión a proyectos medioambientales.

El responsable de Inditex subraya la necesidad de establecer alianzas entre los operadores para cumplir con los objetivos del acuerdo de París. Un proceso que apunta a reducir el desperdicio tanto como sea posible, para crear una conciencia social generalizada entre las empresas, los trabajadores y los consumidores y que sea capaz de revertir el paradigma *take, make, dispose*, es decir, el ac-

ceso indiscriminado a los recursos naturales.

Un enfoque similar sigue Red Eléctrica, como destaca su director de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad, Antonio Calvo. “El cambio de paradigma involucra a los mismos trabajadores, que son los primeros en solicitar planes de desarrollo coherentes con los objetivos de la agenda”. Calvo recalca que “en ciertos sectores de la economía sostenible, España no lo ha hecho tan mal, como por ejemplo en el campo de la energía eólica”.

También para Navarro los resultados se basan en la co-

laboración entre competidores, empresas recicladoras y consumidores. La organización que dirige está actualmente implicada en un programa de economía circular que transforma el plástico usado en una nueva materia prima y que intenta explicar esta segunda *vida* del producto mediante campañas informativas.

“Los proyectos de voluntariado y de responsabilidad social funcionan mejor si por cada plan de sostenibilidad se puede elaborar un plan de negocio”, así opina Carmen Basolas, directora de Relaciones Institucionales de Chiesi Es-

Es necesario crear conciencia social para revertir el paradigma 'take, make, dispose'

Calvo: “En sectores de la economía sostenible, como el eólico, España no lo ha hecho tan mal”

El compromiso corporativo debe estar presente en todas las áreas del ciclo económico

paña. Para ella, la clave para un desarrollo sostenible engloba a las personas en su sentido más amplio, los recursos planetarios y la cooperación de todos los operadores del sector. Una posición que ha motivado a la empresa a comprometerse con una serie de proyectos de voluntariado, donde la educación sobre el consumo y la lucha contra la pobreza buscan la mejora de la salud pública.

Signus Ecovalor, empresa sin ánimo de lucro referente en el reciclaje de neumáticos que sólo en 2017 recuperó y trató más de 200.000 toneladas, es un ejemplo de econo-

mía circular que supone también una apuesta hacia el futuro. “Nacimos hace 14 años como una obligación social, aunque pronto nos enfocamos en otras oportunidades”, explica Román Martín, director de Relaciones Institucionales.

La última mesa del foro *Alianzas para un Mundo Sostenible* estuvo compuesta por Paloma Durán, directora de la división de Partenariados Globales y Políticos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), Ángel Pes, presidente de Red Española del Pacto Mundial, y Carmen Muñoz, senior director Covered Bonds Rating de Fitch Ratings.

Transformación

El compromiso de las entidades financieras de apoyar las políticas de responsabilidad social como una oportunidad de crecimiento fue el hilo conductor de la ponencia. Como remarcó Durán, el concepto de sostenibilidad debe comprender también las esferas social y económica. En este sentido, entre las acciones corporativas más importantes a las que se llama a las empresas destacan la instalación de fuentes de energía renovable con bajas o cero emisiones de CO₂; la explotación de biomasa con fines energéticos; el aumento planificado en las acciones de ahorro de energía; y la instalación de planes de conversión de energía altamente eficientes.

Para Pes, la palabra clave es “transformación” porque vivimos en un mundo que no es sostenible. A pesar de tener los medios necesarios para cumplir con los objetivos fundamentales en el marco del clima y la energía para 2030 todavía se reserva una ínfima parte a los objetivos de la Cumbre de París de 2015, en comparación con la riqueza generada en su conjunto. Por otro lado, para Muñoz, el mayor modelo de financiación en el siglo XX sigue siendo el que impulsó Estados Unidos, cuando entregaba información a los inversores sobre la construcción del ferrocarril. Aquella financiación reforzó el crecimiento de EEUU y podría ser un ejemplo para una economía sostenible transformada en oportunidad.