

# La Covid-19 impulsa la apuesta de las empresas por la sostenibilidad



XAVIER CERVERA

## La pandemia del coronavirus ha acelerado las acciones para la lucha contra el cambio climático y para la transformación digital

**Enric Tintoré**

La apuesta por la sostenibilidad es una prioridad para las empresas como consecuencia de la pandemia de la Covid-19. Esta es la conclusión de los *Diálogos en La Vanguardia* celebrados esta semana, que coinciden con la advertencia de la comunidad científica sobre los riesgos de nuevas infecciones virales que comporta el calentamiento del planeta. Como afirmó en el transcurso del debate Roger Artigues, director del Área Corporate de Epson Ibérica, la pandemia de la Covid-19 desaparecerá –más tarde o más pronto–, pero el

problema del cambio climático y de sus negativas consecuencias seguirá ahí. En este sentido recordó que las empresas, como reconoce la Organización de las Naciones Unidas (ONU), son un agente fundamental para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y para la lucha contra el cambio climático.

Según explicó Roger Artigues, una encuesta realizada por Epson entre 4.000 trabajadores de veintiséis países, señala que el 75% de los consultados creen que tras el impacto de la Covid-19 sus empresas deberían prestar mayor atención al cui-

dado del medio ambiente y a la lucha contra el cambio climático. El 80% considera que un plan sostenible contribuye al crecimiento de la empresa, ya que la mayoría de consumidores valora las aportaciones que se hacen a la salud y el medio ambiente.

En los *Diálogos en La Vanguardia* sobre la sostenibilidad post-Covid-19 participaron Elvira Carles, directora de la Fundación Empresa y Clima; Albert Carné, director de Sostenibilidad de Banco Sabadell; Ana Fombella, directora de Comunicación y Responsabilidad Corporativa de Tendam; Edurne de Oteiza, Chief Marketing and Operations Officer de Wallpop; Ana Palencia, directora de Comunicación y Sostenibilidad de Unilever; Núria Rodríguez, directora de Medio Ambiente y Responsabilidad Social de Naturgy; Elena Valderrábano, directora global de Ética Corporativa y Sostenibilidad en Telefónica, y María Viver, directora general de Fundación Randstad

**Frenar el deterioro medioambiental es clave para evitar nuevas pandemias**



**Diálogos en 'La Vanguardia'**

y directora de RSC de Randstad España, junto al propio Roger Artigues, de Epson, y Pablo de Porcioles, director adjunto de Godó Strategies, que actuaron de anfitriones del evento.

Para María Viver, de Randstad, la pandemia de la Covid-19, pese al drama sanitario, social y económico que supone, ofrece algunas oportunidades. En este sentido destacó que, posiblemente, pueda ser un acelerador de cambio y transformación en las empresas y el conjunto de la sociedad.

“A partir de ahora –dijo– cada empresa deberá replantear su visión y su estrategia de negocio para contribuir a construir un mundo mejor, tal como reclama la nueva situación. Ello exigirá un nuevo diálogo y una nueva relación con los empleados, proveedores y clientes”.

También destacó que la pandemia ha tenido dos efectos colaterales: ha cambiado las formas de trabajo,



## FOROS MEDIO AMBIENTE

### Mesa redonda



**Roger Artigues**  
Director del Área Corporate de Epon Ibérica

“La tentación es pensar únicamente en los grandes retos en sostenibilidad, pero hay que orientarse también hacia las pequeñas acciones”



**Elena Valderrábano**  
Directora global de Ética Corporativa y Sostenibilidad en Telefónica

“La pandemia ha acelerado las acciones para la lucha contra el calentamiento global y para la transformación digital”



**Núria Rodríguez**  
Directora de Medio Ambiente y Responsabilidad Social de Naturgy

“Las energías renovables, la eficiencia energética y la movilidad sostenible son algunos de los grandes retos del futuro tras la pandemia”

principalmente a causa de la necesidad del teletrabajo, y ha provocado un importante aumento del desempleo. Al respecto dijo que Randstad, líder en España en recursos humanos, ha puesto en marcha planes de acción para favorecer la integración sociolaboral de las personas con discapacidad, que ha sido uno de los colectivos más afectados por la actual pandemia.

Albert Carné, de Banco Sabadell, coincidió en que la pandemia de la Covid-19 ha acelerado la revolución tecnológica que ya estaba en marcha y, además, nos ha recordado que siempre hay que estar preparados ante lo inesperado. En la etapa post-Covid-19, a su juicio, hay que intensificar las acciones para transformar el modelo económico en un sistema sostenible. “Éste es el eje de la economía del futuro”, añadió.

Las administraciones públicas, señaló Albert Carné, deben liderar ese proceso de transformación, propiciando los marcos necesarios para que las empresas puedan desarrollar su papel en este ámbito. En este sentido, el sector bancario debe acompañar a empresas y ciudadanos hacia esa economía más sostenible. Señaló que Banco Sabadell ha situado la sostenibilidad junto con la digitalización en el eje de su estrategia para dar respuesta a los nuevos retos con la mirada puesta en el largo plazo.

Ana Fombella, de Tendam, destacó que las empresas, después de la pandemia continuarán con su apuesta por la sostenibilidad, ya que es una necesidad social, ambiental y económica. “Los asuntos ambientales –añadió– están en el top ten de las prioridades empresariales. En Tendam hemos puesto el foco en la energía renovable en el 100% de nuestras tiendas y en las prendas sostenibles”. Añadió que “las empresas hemos demostrado una gran capacidad de respuesta y de colaboración en la lucha contra la pandemia. En la nueva etapa, se impone un cambio de prioridades. En el caso de la moda la clave está en la apuesta por la economía circular”.

Elvira Carles, de la Fundación Empresa y Clima, afirmó que en sus 35 años dedicados a la defensa del medio ambiente ha vivido varias crisis sanitarias pero sólo una gran crisis climática, que no cesa de agravarse. Considera que las empresas son la palanca del cambio que debe transformar la situación. “Hay que darles credibilidad e instrumentos para facilitar su labor. La solución global está en la combinación de lo ambiental con lo digital”.

Los principales ejes de actuación, en su opinión, pasan por la eficiencia energética, las infraestructuras verdes, la economía circular, la ordena-



**Albert Carné**  
Director de Sostenibilidad de Banco Sabadell

“Banco Sabadell tiene el firme propósito de acompañar a sus clientes en el proceso de transformación hacia una economía más sostenible”



**María Viver**  
Directora general de la Fundación Randstad

“Cada organización deberá replantear su visión corporativa y su estrategia de negocio para contribuir a construir un mundo mejor”



**Ana Palencia**  
Directora de Comunicación y Sostenibilidad de Unilever

“Las empresas, tras la pandemia, están obligadas a demostrar que contribuyen a una sociedad mejor y más sostenible”



**Ana Fombella**  
Directora de Comunicación y Responsabilidad Corporativa de Tendam

“Las empresas hemos demostrado una gran capacidad de respuesta y de colaboración en la lucha contra la pandemia”



**Edurne de Oteiza**  
Chief Marketing and Operations Officer de Wallapop

“Estoy convencida que la Covid-19 ha puesto de manifiesto una mayor responsabilidad personal de los ciudadanos”



**Elvira Carles**  
Directora de la Fundación Empresa y Clima

“La solución global está en la combinación de lo ambiental con lo digital. Las empresas son la gran palanca de cambio”

### Trabajadores contra el cambio climático

El 75% de los trabajadores considera que sus empresas deben incrementar sus acciones contra el cambio climático y la defensa del medio ambiente, según una encuesta realizada a nivel mundial por Epon

ción del territorio, una nueva agenda urbana contra el calentamiento climático, la nueva movilidad sostenible y la evolución acelerada de la economía del carbono a la economía del hidrógeno.

Edurne de Oteiza explicó que una reciente encuesta realizada por Wallapop indica que el 87% de los españoles creen que, después de la lucha contra la Covid-19, lo más importante es la sostenibilidad, ya que además será el motor del crecimiento. Esta sensibilidad medioambiental explica en parte que tras el largo confinamiento del primer semestre las ventas de productos de segunda mano hayan subido un 60%. “Estoy convencida –añadió la responsable de marketing de Wallapop– que la Covid-19 ha puesto de manifiesto una

mayor responsabilidad personal de los ciudadanos”.

Ana Palencia, de Unilever, coincidió en que a causa de la Covid-19 las personas son más conscientes de la necesidad de proteger el medio ambiente, ya que su deterioro es un problema para la salud. Por ello las empresas tienen que esforzarse más en demostrar que lo que hacen contribuye a una sociedad mejor. Esta es la gran lección de lo que ha sucedido. Explicó, al respecto, que el CEO de Unilever anunció que se plantea prescindir de aquellas marcas de la compañía que no sean capaces de desarrollar un propósito de contribución al bien común. “La labor que puede hacer nuestra compañía es muy importante –dijo– porque tiene 2.000 millones de clientes en todo el

mundo y más de dos millones en España. La sostenibilidad ha sido siempre el eje de actuación de Unilever”.

Núria Rodríguez, desde Naturgy, afirmó también que la pandemia de la Covid-19 ha acelerado todo el pro-

===== **Urge sumar esfuerzos para que la UE pueda cumplir los objetivos de la agenda 2030**

===== **La apuesta por una economía sostenible es el nuevo motor de crecimiento global**

ceso de sostenibilidad. “Nuestro modelo de negocio siempre ha estado basado en la contribución a la sostenibilidad y eso nos permite afrontar los nuevos retos con garantía de éxito, como es el cierre de las centrales de carbón, la apuesta por las energías renovables, por la eficiencia energética y por la movilidad sostenible, entre otros. Para Naturgy, el gas natural es una energía de transición hacia el gas renovable, como el biometano, y el hidrógeno verde. Esto es el futuro. También estamos comprometidos seriamente con la economía circular, la repoblación de las zonas afectadas por la reconversión energética y el respeto a la biodiversidad”.

Elena Valderrábano, desde Telefónica, reconoció asimismo que la pandemia ha acelerado las acciones para la lucha contra el cambio climático y para la transformación digital. Advirtió, en este sentido, que es fundamental que se cumpla la agenda 2030 de la UE. En el logro de este objetivo la responsabilidad de las empresas es clave, ya que las administraciones públicas por sí solas no pueden resolver todos los problemas. Pese al gran crecimiento que ha registrado el uso de datos durante la pandemia no se ha aumentado el nivel de emisiones contaminantes. El objetivo de la compañía es ser neutra en carbono en el 2030, así como facilitar el 100% de cobertura de fibra óptica a todo el territorio nacional. “Eso es algo que no tiene ningún país europeo”, dijo. Añadió que la progresiva implantación del 5G contribuirá también a la sostenibilidad de las ciudades. Desde Telefónica se contribuye, con todo ello, a facilitar el teletrabajo, la formación digital y la digitalización de las pymes. Todo ello es necesario para reducir la brecha digital.

Cerró el debate Roger Artigues. “Ésta –dijo– es la mayor oportunidad para las empresas con visión de futuro que buscan la mejora continua y que no siempre van a requerir grandes inversiones. A veces, cambios simples aportan grandes beneficios. La tentación es pensar únicamente en los grandes retos en sostenibilidad, paneles solares o turbinas eólicas, pero hay que orientarse también hacia las pequeñas acciones en el lugar de trabajo que reduzcan el impacto medioambiental, aumenten la eficiencia energética y consoliden los planes de sostenibilidad de las empresas”. En este sentido destacó que Epon ha desarrollado productos alineados con el concepto de innovación sostenible, como sus impresoras *businessinkjet* que consumen hasta un 95% menos de energía y la primera recicladora de papel que no requiere agua, para hacer de las oficinas espacios sostenibles.