

Las 45 empresas con más compromiso ambiental



Ismael Jiménez | Economía y Finanzas | hace 2 semanas



Foto: Reuters.

*La transparencia y participación de las empresas será fundamental para avanzar en la carrera por mitigar las emisiones de CO2 y disminuir el calentamiento global. Ante ello, el empresariado mexicano toma la vanguardia y presenta sus reportes de monitoreo de emisiones y programas de cuidado del medio ambiente en el informe de compromiso ambiental de **Forbes**.*

El segundo informe de las firmas de mayor compromiso ambiental de **Forbes** revela que los esfuerzos de las grandes corporaciones mexicanas y multinacionales asentadas en el país para dar a conocer sus resultados de monitoreo y medición de emisiones de CO2 es prioridad para aquellas que trabajan para disminuir el calentamiento global.

El listado de este año revela que las empresas del sector alimentos en México es uno de los que están realizando esfuerzos importantes para mitigar su impacto al medio ambiente, pues siete de las primeras 10 corporaciones del listado pertenecen a dicho sector.

Con respecto del año anterior, el informe de **Forbes** revela que 70% de las participantes aparece nuevamente en el listado; y que nueve empresas entraron por vez primera al reporte de Las firmas con mayor compromiso ambiental.

La importancia de que cada vez más empresas revelen sus actividades dirigidas a monitorear y controlar sus emisiones de CO₂ es cada vez más relevante en el marco de las resoluciones que se esperan durante la COP21, en París.

El tema cobra relevancia en el entorno de los escándalos de las empresas que han violentando de una u otra manera las normas ambientales a escala global.

La automotriz Volkswagen es el caso más reciente. El escándalo de que motores de sus autos son diseñados para burlar la prueba de control de emisiones golpeó la reputación de la firma alemana y sus pérdidas fueron de más 29,000 mdd en los mercados bursátiles.

Cobra gran relevancia el esfuerzo y la voluntad de las 45 firmas que componen el informe de **Forbes** sobre compromiso ambiental, al cual deberán incorporarse cada año más empresas.

De acuerdo con el coordinador del Pacto Mundial para México, Marco Pérez, en el país existe una red de responsabilidad corporativa empresarial que agrupa a 730 organizaciones, de las cuales 415 son empresas privadas.

No obstante, aunque la voluntad de las grandes empresas en México para dar a conocer sus resultados en la medición de emisiones de CO₂ es importante, aún son pocas las compañías de gran tamaño que lo hacen, con relación al total de corporaciones de ese nivel registradas en el país; y es que —como menciona Marco Pérez— asumir los lineamientos del pacto mundial y compromisos de cuidado ambiental, son actos completamente voluntarios para quienes estén interesados en adherirse a ellos.

Más que buena voluntad

La próxima COP21, a celebrarse en París, busca como objetivo principal llegar a acuerdos vinculantes entre los 195 países miembros de la Convención del Marco de Naciones Unidas sobre Cambio Climático, para alcanzar metas tangibles en la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y evitar que la temperatura del planeta continúe elevándose por arriba de dos grados centígrados en los próximos 10 años.

El gran reto de la cumbre será homologar estándares de medición y control de emisiones de CO₂ entre los países miembros, con el objetivo de que cada nación desarrolle sus propias reglas para involucrar a todos los actores de la sociedad, en lo cual el sector empresarial jugará un papel relevante.

Sin embargo, el desafío no es menor. Un informe global elaborado por la empresa consultora The Carbon Trust, en el que se consultaron a más de 100 empresas multinacionales con más de 1,000 empleados, revela que aunque para todas las compañías encuestadas el desarrollo sustentable es importante, en ningún caso ello significa un factor de peso a la hora de la toma de decisiones relacionadas con el negocio.

“Es importante que se le dé carácter vinculante a la firma de la formalidad de los procesos de medición y regulación de emisiones de CO₂ durante la COP21. Debe ser como un contrato de compromiso para que las empresas le den la seriedad necesaria”, menciona Steven Gray, director para México de The Carbon Trust.

“Por ello, el mayor reto a nivel global será homologar los estándares de medición de emisiones”, menciona José Ramón Ardavín, director ejecutivo de la Comisión de Estudios del Sector Privado para el Desarrollo Sustentable (Cespedes). Ya algunos países tienen su propia legislación que obliga a las empresas a dar a conocer sus emisiones bajo sus propios estándares de medición.

Y no es que las empresas no estén trabajando, pues no se trata únicamente de un problema ecológico, sino también económico. Ante una mala decisión de negocios, las consecuencias pueden desembocar en casos como el de Volkswagen, como el de Exxon o como el de la minera Grupo México, quienes además de pagar cuantiosas multas económicas, han tenido que cargar con una reputación que las señala como poco éticas y poco comprometidas con el medio ambiente.

Resultados incipientes

Pese que el protocolo de Kyoto no ha cumplido todos los objetivos que fueron planteados desde que se creó en 1997, tanto los gobiernos como las empresas adheridas al pacto mundial han seguido realizando esfuerzos importantes para mitigar sus emisiones de GEI.

La tarea ha requerido grandes inversiones por parte de los gobiernos de las naciones desarrolladas, quienes crearon un Fondo Verde para financiar proyectos sustentables de países en vías de desarrollo.

Durante este 2015 se lanzó la primera convocatoria para recaudar fondos y se recabaron 9,300 mdd.

En México, 26 de las firmas con mayor compromiso ambiental del informe de **Forbes** reportaron una inversión de 426 mdd en 2014 para programas, tecnologías y proyectos sustentables.

“Para las empresas del sector industrial, el compromiso con el medio ambiente es muy claro, mientras que el sector servicios lo enfoca de manera distinta”, menciona Ardaín. Y es que existen empresas de ese sector que aseguran no generar emisiones de CO₂ porque su industria no es de chimenea; sin embargo, Luisa Manzanares, coordinadora del programa GEI del Cespedes, afirma que “toda actividad económica genera dispersión de gases a la atmósfera, y en el caso del sector servicios estos son indirectos e inherentes a la actividad principal de las compañías”.

En México, las empresas están alineadas al programa de medición de emisiones de la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat), no obstante que la dependencia del gobierno se encuentra rezagada con respecto de sus similares de Europa en cuestión de metodologías, menciona Marco Pérez.

Por su parte, en general las compañías multinacionales implementan sus propios criterios de medición y reportes de emisiones, los cuales son integrados en sus países sede, donde los hacen públicos. Es decir, que el hecho de que estén adheridas al pacto mundial no garantiza que se cuente con información de cada país en el que una corporación global tiene operaciones productivas.

Al respecto, Gray comenta que en caso de que los países miembros de la COP21 logren acuerdos, el próximo diciembre, no quiere decir que los resolutivos se apliquen y den los resultados deseados en el corto plazo.

Vuelta de tuerca

La reunión de París será determinante para los siguientes 10 años y hay quienes aseguran que será el momento de inflexión para la que las grandes potencias se adhieran a los compromisos de la convención de cambio climático. En palabras de José Ramón Ardavín, “la estrategia de mitigación es lo más importante de la reunión de diciembre”.

Para Marco Pérez, la clave durante la COP21 será la obligatoriedad de los países miembros para aplicar y asimilar herramientas que estén alineadas con métricas homogéneas, para iniciar la tropicalización de los resolutivos en cada una de las naciones que adopten los acuerdos de París.

Hacer públicos los reportes de medición de emisiones cambiará la dinámica de las empresas, ya que deberán de ir más de allá de los reportes de responsabilidad social que hoy generan. “Ello daría paso a un mercado más eficiente de bonos de carbono, considerando una compensación del impuesto al carbono en lugar de pagar por reducción de emisiones”, señala Luisa Manzanares.

En México existen empresas que ya aplican algunos impuestos internos dirigidos a la cadena de valor. Steven Gray señala que dicho gravamen es figurado, pero ayuda a medir el impacto económico que podría generar en caso de que llegue a monetizarse dicho gravamen. Manzanares explica que en México, el valor por cada tonelada de CO₂ se fijó hace algunos años en tres dólares.

Y aunque actualmente las mediciones globales sobre la generación de emisiones de CO₂ están determinadas por el volumen de consumo de energéticos, en México la ley de cambio climático señala que las empresas que generen de 25,000 toneladas de GEI en adelante están obligadas a presentar un reporte de sus actividades, menciona Ardavín.

Con la ley de cambio climático que entró en vigor en México el año pasado, se dio un paso para la implementación de un impuesto a la generación de CO2.

El reto será incorporar a las pequeñas y medianas empresas, mismas que están rezagadas por la falta de recursos para adaptarse a los lineamientos del pacto mundial, el poco acceso a las tecnologías sustentables y el desconocimiento de las normas ambientales mexicanas.

45 empresas con alto compromiso ambiental.

PRÁCTICAS DE EFICIENCIA INTERNA Y SUSTENTABILIDAD DE LAS FIRMAS CON MAYOR RESPONSABILIDAD AMBIENTAL				CERTIFICACIÓN EN INDUSTRIA LIMPIA	PLANTASEN MÉXICO	REDUCCIONES DE LA EMPRESA EN CONSUMO DE ENERGÉTICOS:												DESECHOS SÓLIDOS (%)	HUELLA ECOLÓGICA O DE CARBONO					
2015	EMPRESA	SECTOR	ISyT*	ÚLTIMO AÑO	TOTAL* CERTIFICACIÓN O/ Y AVANCE SUSTENTABLE*	EMISIONES DE CO2 (%)		GAS NATURJ (%)		GAS LP (%)		GASOLINA Y/O DIESEL (%)		ENERGÍA ELÉCTRICA (%)		CONSUMO DE AGUA (%)		2013	2014	AÑO QUE INICIA EL PROGRAMA	PROGRAMA DE SEGUIMIENTO			
						2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014							
1	GRUPO HERDEZ	ALIMENTOS	731	2014	16	7	43.8	-38.0	-42.0	29.0	3.0	7.0	25.0	4.0	20.0	3.0	-0.1	33.0	-13.0	73.0	-32.0	2009	SI	
2	GRUPO BIMBO	ALIMENTOS	68.5	2014	25	21	88.6	-56.7	-15.0	3.3	-8.5	-43.0	-12.0	-7.0	2.0	3.9	2.9	-18.6	15.4	4.0	-6.0	2007	SI	
3	BIO-PAPPEL	PEPEL Y CARTÓN	68.1	2015	39	11	28.2	-0.1	2.5	7.2	8.2	-2.8	22.7	-2.9	18.1	-4.1	0.8	-6.1	-5.3	-8.3	-8.3	2005	SI	
4	COCA-COLA/FEMSA	BERIDAS	68.1	2014	17	16	94.1	-4.0	-6.0	-2.0	-6.0	4.0	8.0	-17.0	14.0	-3.0	-10.0	-1.0	-6.0	1.0	7.0	2008	SI	
5	NISSAN MEXICANA	AUTOMOTRIZ	66.6	2014	7	3	42.9	-52.6	-54.6	-25.6	14.3	4.7	-100	ND	ND	-11.8	-11.3	-4.5	-5.5	-10.3	-16.2	2007	SI	
6	CUAUHTÉMOC/MOCTEZUMA MOCTEZUMA/HEINEKEN MEXICO	BERIDAS	62.2	2014	6	6	100	-8.3	-6.3	0.58	-23.3	2.8	129.9	-58.4	-25.6	-0.21	-2.9	0.22	-2.8	11.9	-7.2	2010	SI	
7	GRUPO MODELO	BERIDAS	60.1	2014	10	8	80.0	-23.5	-1.8	ND	48.8	ND	-1.8	ND	-69.6	ND	-6.8	ND	-6.6	ND	6.7	2004	SI	
8	NESTLE	ALIMENTOS	59.1	2014	14	13	92.9	-30.0	-12.3	-16.0	14.1	NA	NA	NA	-75.4	-2.8	-4.6	-10.4	-13.6	-39.0	-27.1	2007	SI	
9	PEPSICO MEXICO	ALIMENTOS	57.6	2011	23	1	4.3	0.0	-35.0	-32.5	-0.7	ND	-2.8	1.0	-23.9	-12.0	-12.0	-42.0	-47.0	-3.0	0.0	2010	SI	
10	WALMART DE MEXICO	TENDAS DE CONSUMO	56.7	2013	2289	0	0.0	1.7	-17.8	-6.0	-23.0	-5.0	-22.0	24.0	-43.0	2.3	3.6	-30.0	-1.1	-4.5	-1.9	2012	SI	
11	ARCA CONTINENTAL	BERIDAS	55.3	2015	20	20	100.0	ND	-3.3	ND	-8.7	ND	0.4	ND	-3.1	ND	-3.5	-3.8	-3.5	12.7	13.8	2013	SI	
12	FORD MOTOR COMPANY MEXICO	AUTOMOTRIZ	53.9	2015	4	3	75.0	-8.0	-6.0	-2.0	-2.0	ND	ND	ND	-2.0	-5.0	-2.0	-5.0	-7.0	-7.0	2004	NO		
13	SIEMENS	EQUIPO ELÉCTRICO	53.8	2014	8	8	100.0	0.0	-35.0	-13.0	-8.0	-13.0	-42.0	NA	NA	-2.0	-3.0	ND	ND	ND	ND	2010	SI	
14	ORGANIZACIÓN SORIANA	TENDAS DE CONSUMO	52.8	2015	816	96	11.8	-9.0	-23.0	2.5	-7.3	-1.7	-8.3	-2.6	6.9	-2.0	0.5	-3.0	1.6	0.0	0.0	2011	SI	
15	DOW CHEMICAL	QUÍMICA	52.2	2014	6	6	100.0	34.1	-7.0	21.0	16.0	-88.8	-1	-27.5	31.0	22.0	-29.0	2.5	-18.0	ND	ND	2005	SI	
16	CEMEX MEXICO	CEMENTO	51.1	2014	390	390	100.0	-7.9	2.0	NA	NA	NA	NA	NA	-2.0	-1.0	-7.0	-1.7	-13.4	19.7	2010	SI		
17	ARTEL	TELECOMUNICACIONES	50.7	2013	2	1	90.0	-4.6	-13.3	ND	ND	32.3	-15.2	-19.4	-12.8	-0.8	1.2	18.6	-13.6	-18.2	-27.1	2013	SI	
18	AVON COSMETICS MANUFACTURING	CUIDADO PERSONAL	49.4	2013	2	1	80.0	-87.0	-7.0	-1.0	-2.0	NA	NA	2.0	-34.0	-4.8	-5.8	-2.0	-7.0	-8.0	2014	SI		
19	TELEFONICA MEXICO (MOVISTAR)	TELECOMUNICACIONES	49.4	2014	1	1	100.0	2.9	-1.0	NA	NA	-54.0	1.0	-12.0	-35.0	7.0	5.0	45.0	11.0	-46.0	-64.0	2010	SI	
20	HOTELES CITY EXPRESS	TURISMO Y HOSPEDAJE	48.8	ND	7	4	57.1	0.0	0.0	-0.2	-0.1	-2.0	1.5	0.0	0.0	-2.0	0.001	-4.0	1.3	-7.0	-3.0	NA	NO	
21	EMPRESASICA	CONSTRUCCIÓN	48.0	2014	85	85	100.0	0.0	13.0	ND	14.0	32.0	14.0	28.0	14.0	-70.0	-17.0	163.0	-38.8	ND	38.0	2010	SI	
22	IBEROSTAR	TURISMO Y HOSPEDAJE	47.6	2015	10	9	90.0	ND	ND	ND	ND	1.3	6.8	-5.3	-10.1	0.28	1.7	1.3	17.5	-5.6	0.3	2014	SI	
23	MEXICHEM	QUÍMICA Y PETROQUÍMICA	47.4	2014	22	7	31.8	-9.3	-5.8	-2.0	-18.6	-13.4	-5.1	0.5	-20.9	-13.5	1.3	2.5	-11.3	-1.6	-31.2	2010	SI	
24	GRUPO POSADAS	TURISMO Y HOSPEDAJE	45.5	2015	133	22	16.5	1.5	2.1	3.1	-11.4	0.6	4.0	6.0	21.5	1.2	0.8	1.7	5.1	1.5	2.1	2009	SI	
25	NOVARTIS	FARMACÉUTICA	45.1	2014	1	1	100.0	ND	ND	NA	NA	34.0	0.4	-94.0	-70.0	34.0	-4.0	-17.0	-27.0	-1.7	-11.0	NA	NO	
26	GRUPO LALA	ALIMENTOS	44.5	2015	20	5	25.0	-4.0	-3.0	8.0	-7.3	-19.0	799.0	1.0	-32.6	-4.9	2.0	5.0	-6.8	30.0	12.0	2009	SI	
27	GENERAL MOTORS DE MEXICO	AUTOMOTRIZ	44.2	2015	6	4	66.7	ND	ND	15.5	5.2	12.7	-25.6	23.0	2.2	8.4	4.5	15.7	4.7	2.0	-0.3	2013	SI	
28	SVENSKA CELULOSA	PAPEL Y PRODUCTOS DE CONSUMO	44.1	2014	5	2	40.0	-2.9	-5.0	-3.7	-17.0	NA	NA	NA	NA	-2.9	8.0	33.0	-61.0	0.0	2.0	2012	SI	
29	ARTIEBOLAGET SCA	CEMENTO	43.8	2015	7	6	85.7	ND	ND	-83.7	55.2	-6.7	4.1	-192.3	58.4	-9.7	2.6	-7.5	8.1	ND	ND	2003	SI	
30	CEMENTOS APASCO	CEMENTO	43.6	2014	12	3	21.1	-5.2	-2.1	-4.3	2.3	-32.2	-70.7	ND	-2.2	-3.3	12.2	-12.1	-1.6	-11.3	2.1	2007	SI	
31	MARS MEXICO	ALIMENTOS	43.4	2014	3	2	66.7	-1.0	5.0	-3.0	-13.0	15.0	-25.0	ND	ND	-2.0	6.0	5.0	-5.0	-53.0	-42.0	2007	SI	
32	GRUPO ELEKTRA	PRODUCTOS DE CONSUMO	42.2	2014	4,000	0	0.0	-21.0	-21.0	NA	NA	11.0	11.0	-74.0	-74.0	22.0	20.0	ND	ND	50.0	50.0	2003	NO	
33	GAS NATURAL FENOSA MEXICO	ENERGÍA Y GAS	39.9	2015	4	4	100.0	ND	ND	ND	ND	-90.1	ND	ND	ND	162.8	ND	8.1	ND	4.3	ND	23.9	NA	NO
34	BRITISH AMERICAN TOBACCO MEXICO	TABAJO	38.5	NA	2	0	0.0	-4.0	-1.0	-5.0	-14.0	-31.0	57.0	80.0	27.0	-4.0	-4.0	-6.0	-7.0	9.0	11.0	NA	NO	
35	RASSINI FRENO	AUTOPARTES	38.9	2009	1	1	100.0	27.7	28.4	62.9	38.7	121	22.0	12.0	-7.0	27.5	14.0	25.6	16.8	121	9.0	2004	SI	
36	ALFA HOLDING	HOLDING	36.1	2015	48	6	12.5	3.0	-2.6	4.4	-2.7	-4.1	-17.1	18.2	-17.8	0.3	-2.0	-2.0	ND	ND	2006	SI		
37	PFIZER MEXICO	FARMACÉUTICA	35.7	2014	2	1	50.0	0.7	0.8	1.2	12.1	NA	NA	NA	NA	0.2	5.6	-1.9	-1.0	7.3	22.3	2007	SI	
38	CONTINENTAL AUTOMOTIVE	AUTOPARTES	35.0	2014	13	2	15.4	ND	-9.0	NA	NA	ND	-30.0	NA	NA	ND	25.0	ND	11.0	ND	-16.9	NA	NO	
39	HENKEL	PRODUCTOS DE CONSUMO	34.6	2014	1	ND	-2.4	-15.3	-2.4	-15.3	ND	ND	ND	ND	ND	3.0	-0.5	-9.8	-3.0	-29.9	-0.3	2007	SI	
40	THE HOME DEPOT MEXICO	TENDAS DE CONSUMO	33.0	ND	114	0	0.0	-5.0	-2.2	ND	15.0	4.0	6.0	ND	76.6	-5.2	-5.1	-2.0	-11.0	-3.0	2.0	2009	SI	
41	PROCTER & GAMBLE (P&G) MEXICO	PRODUCTOS DE CONSUMO	26.1	2014	9	4	44.4	-21.0	14.0	NA	NA	NA	NA	NA	NA	-21.0	-14.0	-20.0	-23.0	-97.0	-98.0	2002	SI	
42	TAKEDA	FARMACÉUTICA	25.5	2014	4	1	25.0	ND	ND	30.1	-25.1	ND	ND	ND	ND	3.3	-16.6	-35.3	-33.7	79.9	199.3	NA	NO	
43	TV AZTECA	MEDIO DE COMUNICACIÓN	24.2	2014	37	1	2.7	ND	-8.0	ND	ND	ND	ND	ND	15.0	16.0	ND	ND	ND	ND	2015	SI		
44	XEROX	PRODUCTOS DE CONSUMO	21.8	ND	4	0	0.0	ND	0.0	ND	ND	ND	ND	ND	ND	-33.0	-33.0	-35.0	-17.0	-50.0	-50.0	2003	SI	
45	3M MEXICO	PRODUCTOS DE CONSUMO	19.2	2013	7	1	14.3	21.6	40.0	11.5	11.8	NA	NA	0	0	7.9	-3.7	-8.0	10.0	-22.0	0.0	2006	SI	