



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 indivisiblemente 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 CO₂. 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, adonde 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 que tienen la misión de perpetuarse en un futuro. El sector de la limpieza profesional no es ajeno a esta tendencia.

La industria de la limpieza profesional se enfrenta al reto de optimizar la gestión y el tratamiento del agua que se utiliza en los diferentes procesos, además de proporcionar y utilizar productos efectivos e inocuos que minimicen el impacto medioambiental. Usar productos de limpieza sostenibles se ha convertido en una prioridad para las empresas de limpieza que apuestan por la sostenibilidad, no solo por el compromiso con el entorno sino también por la protección de los propios trabajadores.

Gracias a la constante investigación en innovación en este sector, unida a la creciente sensibilización de la sociedad, cada vez hay una mayor gama de productos de limpieza profesional diseñados para evitar efectos nocivos sobre el medio ambiente. En las empresas de limpieza y desinfección se ha avanzado y se sigue avanzando en diferentes aspectos que afectan a la sostenibilidad. El camino está iniciado y es un sendero de no retorno.



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 tenerla en cantidad 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. Ésta 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