

## **Las multinacionales españolas no cuentan con planes creíbles para reducir las emisiones de sus vuelos corporativos**

*Solo una empresa española del ranking establece un objetivo de reducción para la forma de viajar más intensiva en emisiones de CO2: los vuelos de negocios*

**Barcelona, 15 de marzo de 2023** - La mayoría de las empresas españolas no establecen objetivos para reducir las emisiones de los viajes corporativos, según revela la segunda edición del ranking sobre viajes de negocios elaborado por [la campaña internacional Travel Smart](#). De las 18 empresas españolas del ranking, solo una, Mapfre, ha establecido un objetivo para reducir las emisiones de los vuelos de negocios (-8 % para 2024). Es un buen primer paso, pero no es lo suficientemente ambicioso como para reducir el impacto climático total de sus vuelos corporativos.

A nivel mundial, sólo 50 empresas de las 322 de la clasificación tienen un objetivo de reducción de sus viajes de negocios. De las empresas que tienen objetivos, sólo cuatro cumplen con el “patrón de oro”, es decir, informan de las emisiones de los viajes aéreos y se comprometen a reducirlas en un 50% o más, para 2025 o antes. Se trata de Novo Nordisk (farmacéutica, Dinamarca), Swiss Re (financiera, Suiza), Fidelity International (financiera, Reino Unido) y ABN Amro (financiera, Países Bajos).

En el primer informe sobre las emisiones de gases de efecto invernadero distintas del CO2 relacionadas con los vuelos de negocios, la clasificación concluye que dos empresas españolas están a la cabeza al informar sobre todas las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas a los vuelos corporativos. Mapfre y Telefónica han dado los primeros pasos al tener en cuenta el impacto total de los vuelos en sus informes.

De hecho, el impacto climático de los vuelos de negocios va más allá de las emisiones de CO2. Los motores de los aviones emiten otros gases — óxidos de nitrógeno (NOx), dióxido de azufre (SO2) y agua (H2O)— y partículas como el hollín. Se trata de emisiones distintas del CO2, y se calcula que representan dos tercios del total del calentamiento climático provocado por los vuelos. Sin embargo, muy pocas empresas reflejan el impacto completo de los vuelos de negocios contabilizando los efectos no relacionados con el CO2.

Pablo Muñoz Nieto, responsable de la campaña de aviación y ferrocarril de Ecologistas en Acción, ha declarado: *«Las empresas hacen la vista gorda ante los perjuicios de volar por trabajo. La mayoría de las empresas están tomando muy pocas o ninguna medida con respecto a los vuelos de negocios, lo que hace que cualquier otro objetivo de viajes carezca de sentido en el contexto de la lucha contra el cambio climático».*

Lucía Rúa, responsable del proyecto de aviación de ECODES, explicó: *«Sólo unos pocos de los líderes de la clasificación se alinean con la ciencia informando sobre las emisiones distintas del CO2, la parte oculta del iceberg del impacto climático total de la aviación. Los vuelos de negocios son perjudiciales para el planeta en muchos más niveles de los que algunas empresas parecen darse cuenta».*

Volkswagen, KPMG y Johnson & Johnson son las tres principales emisoras de la clasificación Travel Smart<sup>1</sup> sin objetivos para reducir las emisiones de los viajes corporativos. Pero el análisis demuestra que fijar tales objetivos es posible y necesario, ya que empresas de tamaño y sector similares como McKinsey, Deloitte y AstraZeneca lo han hecho.

El estudio muestra que si el 10 % de las empresas — las mayores emisoras de la clasificación— establecieran objetivos de reducción del 50 %, esto supondría la mitad del camino hacia la consecución del objetivo global de -50 % en las emisiones de los viajes aéreos corporativos para 2025. Reducir las emisiones de la aviación es ahora más crucial que nunca, para no superar el límite de 1,5 °C de calentamiento global establecido en el Acuerdo de París.

Durante esta década crítica hasta 2030, la mejor manera de reducir las emisiones de la aviación es volar menos, ya que la implantación de los combustibles menos contaminantes y los aviones de emisiones cero no será una realidad antes de 2030, y la compensación no puede sustituir a la reducción de emisiones.

La campaña Travel Smart pide a las empresas que fijen objetivos ambiciosos para reducir las emisiones de los viajes corporativos, que cambien el avión por el tren cuando sea posible y que den prioridad a las videoconferencias como sustituto de los vuelos de larga distancia.

Helena Fortea, técnica de comunicación y proyectos en eco-union, concluye: *«Las grandes empresas tienen un papel desproporcionado que desempeñar en la reducción de las emisiones de sus viajes de negocios. Los medios para lograrlo son más accesibles que nunca: el ferrocarril cuando las distancias lo permiten y la videoconferencia para evitar los vuelos de larga distancia».*

#### **Nota para los redactores:**

Transport & Environment, junto con una coalición de socios mundiales, entre ellos ECODES, eco-union, y Ecologistas en Acción, lanzó la campaña Travel Smart en 2022 con una edición anual de un ranking corporativo sobre prácticas sostenibles de viajes de negocios. La campaña se compromete con las empresas, con el objetivo de que reduzcan las emisiones de sus viajes corporativos en un 50 % o más de los niveles anteriores a Covid para 2025 o antes.

El ranking Travel Smart clasifica a 322 empresas estadounidenses, europeas e indias en función de 10 indicadores relacionados con las emisiones de los viajes aéreos, los objetivos de reducción y la presentación de informes. Los principales viajeros mundiales de los 17 países de la clasificación representan una parte considerable de los viajes de negocios en todo el mundo. El análisis arroja luz sobre los importantes esfuerzos que algunas empresas mundiales aún tienen que hacer para reducir las emisiones de sus viajes corporativos. Las empresas reciben una calificación de A, B, C o D. En la edición de este año del ranking, 11

---

<sup>1</sup> Según los informes de emisiones de 2019

empresas obtuvieron una calificación A, 38 una B, mientras que la inmensa mayoría recibió una C (212) y 61 empresas vieron una D junto a su nombre.

**Las empresas españolas incluidas en el ranking con sus respectivas calificaciones son:**

<i>Categoría</i>	<i>Empresa</i>	<i>Sector</i>
B	Mapfre	Finance
C	Telefónica	Telecom
C	Caixa Bank	Finance
C	Naturgy Energy Group	Utilities
C	Indra Sistemas	Technology
C	Banco Santander	Finance
C	Tecnicas Reunidas	Construction and Engineering
C	Repsol	Oil and Gas
C	Inditex	Retail
C	Iberdrola	Energy
C	Grupo Ecnor	Construction and Engineering
C	GRIFOLS	Pharmaceuticals and Biotechnology
C	Gestamp	Manufacturing
C	BBVA	Finance
C	Acciona	Energy
C	Abertis Infraestructuras	Construction and Engineering
C	ACS Group	Construction and Engineering
D	El grupo Corte Inglés	Retail