

Índice de RepRisk (RRI)

A 29 noviembre	FSEF	MSCI World
Medio ambiente	2.4	5.0
Asuntos sociales	14.3	14.5
Gobernanza	12.6	14.3
RRI total	29.3	33.8
Cambio de RRI a 1 mes	0.2	0.3
RRI máximo a los 24 meses	41	43
RRR	BB	B

Innovación

A 29 noviembre	FSEF	MSCI World
i+D como % de las ventas*	6.5%	5.6%
Crecimiento orgánico TTM**	7.0%	n/a
Capital Impact™	0.71	0.23

Medio ambiente*

A 29 noviembre	FSEF	MSCI World
FCF residuos tn/M£	20.6	586
FCF residuos peligrosos tn/M£	0.4	18
FCF agua m³/M£	1,803	23,428
FCF GEI/CO2 tn/M£	172	384
FCF energía MWh/M£	696	1,283
Alineación con París (2°)	69%	n/a
Compromiso de cero emisiones netas	89%	n/a

Asuntos sociales*

A 29 noviembre	FSEF	MSCI World
Empleados mujeres	41%	38%
Gerentes mujeres	36%	31%
Ejecutivos mujeres	30%	21%
Consejeros mujeres	38%	33%

Gobernanza*

A 29 noviembre	FSEF	MSCI World
Firmantes del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.	42%	42%
Consejeros independientes	79%	72%
Ejecutivos que poseen acciones	60%	47%
Notificación al responsable de tecnología digital (CDP)	92%	77%
Notificación de emisiones de GEI de alcance 1 y 2	96%	93%
Notificación de la extracción de agua	75%	65%
Notificación de residuos generados	71%	65%

Mínimo RepRisk

A 29 noviembre	RRI
Waters	0
IDEXX	0
Amadeus	0
Mettler-Toledo	0

Máximo RepRisk

A 29 noviembre	RRI
Alphabet	64
Microsoft	61
Novo Nordisk	53
P&G	46

Votación por delegación

12 meses finalizado 30 septiembre	%
Representantes votados	100
Votos contra la dirección	6
Votos en contra de la remuneración de los ejecutivos	71

Comentario de noviembre de 2024

Medio ambiente

- ▶ La Autoridad de Competencia y Mercados (CMA) del Reino Unido anunció que había concluido su investigación sobre las afirmaciones de Unilever en relación con las presuntas virtudes medioambientales de sus productos. La CMA inició su investigación en diciembre de 2023, destacando la posible existencia de un caso de greenwashing (publicidad engañosa sobre virtudes ecológicas) en relación con ciertas afirmaciones que Unilever había hecho sobre sus productos. Tras los cambios realizados por Unilever, se puso fin a la investigación.
- ▶ Microsoft y el Royal Bank of Canada han acordado comprar 10 000 toneladas de créditos de eliminación de dióxido de carbono a la start-up canadiense Deep Sky. Deep Sky prevé utilizar múltiples tecnologías de eliminación de carbono de forma simultánea, alimentadas por una única fuente de energía renovable, en sus instalaciones de Deep Sky Labs en Alberta, Canadá.
- ▶ El condado de Los Ángeles anunció que había presentado una demanda contra PepsiCo y Coca-Cola, alegando que las empresas contribuyen de forma significativa a los efectos negativos de la contaminación por plásticos sobre el medio ambiente y la salud pública, que han realizado afirmaciones engañosas acerca de la reciclabilidad de los envases de bebidas de plástico de cara al público y no han revelado perjuicios significativos para el medio ambiente y la salud asociados con el uso de envases de bebidas de plástico.
- ▶ Google anunció la apertura de su nuevo edificio de oficinas en 1265 Borregas Avenue en Sunnyvale, California. Estas oficinas son las primeras de Google en construirse con madera maciza, un material de construcción sostenible fabricado mediante la estratificación y unión de elementos de madera para crear paneles y vigas más grandes y sólidos. Según Google, los materiales utilizados para construir el edificio de 1265 Borregas Avenue tienen un 96 % menos de carbono incorporado que una estructura equivalente de acero y hormigón.

Asuntos sociales

- ▶ La marca de helados de Unilever Ben & Jerry's ha emprendido acciones legales contra su empresa matriz, alegando que Unilever le ha impedido hacer declaraciones públicas en apoyo a los refugiados palestinos desplazados por el conflicto en curso en Gaza. En su demanda, Ben & Jerry's afirma que Unilever ha incumplido los acuerdos entre las empresas de «respetar y reconocer la responsabilidad principal del consejo independiente de Ben & Jerry's sobre la misión social de Ben & Jerry's».

Innovación

- ▶ Unilever anunció una nueva asociación con la empresa biotecnológica australiana Nufarm. La asociación tiene por objeto sustituir los ingredientes petroquímicos utilizados en los productos de limpieza de Unilever por aceites vegetales desarrollados mediante una nueva variedad de caña de azúcar. Nufarm ya ha desarrollado y comercializado una variedad de caña de azúcar conocida como caña energética, que genera una cantidad significativamente mayor de materia vegetal y azúcar en comparación con la caña de azúcar tradicional. La inversión de Unilever tiene la finalidad de aprovechar los avances en biotecnología para desarrollar una nueva variedad comercialmente viable de caña energética que también pueda producir aceite de biomasa.

Cambio de RRI el mes pasado

Máxima disminución	Máximo aumento
Otis -7	P&G +11

La puntuación en el índice RepRisk de P&G aumentó 11 puntos en noviembre debido a un informe que acusaba a la empresa de extraer demasiada agua y por la contaminación de ríos en México. P&G y Coca-Cola fueron criticadas por extraer demasiada agua del municipio de Álvaro Obregón, al oeste de Ciudad de México. La filial manufacturera de P&G supuestamente extrae 765 000 metros cúbicos de agua cada año, lo que según los residentes ha supuesto que se queden sin agua durante un mes. Además, los locales afirman que las empresas están contaminando los ríos.

*Fuente: Bloomberg e informes de la empresa. Promedio de cifras ponderadas. Las cifras medioambientales presentadas anteriormente son meramente orientativas, ya que los informes son incipientes, y solo aproximadamente el 75 % de las empresas de la cartera informa de cifras comparables. Cuando no se dispone de números de componentes, Fundsmith LLP Research los estima basándose en los números de sector comparables más cercanos obtenibles y escalables para los activos de la empresa. «Crecimiento orgánico» es el crecimiento medio de las ventas durante los últimos doce meses, excluyendo fusiones y adquisiciones y divisas, utilizando las últimas cifras registradas. Capital Impact™ es el ratio de inversión de activos productivos (capex/depreciación) multiplicado por la rentabilidad del capital invertido (EBIT/capital invertido) según el último informe. Cuanto más productiva sea la inversión de capital, mayor será el número.

La información relativa a RepRisk Data se obtiene de RepRisk ESG Business Intelligence www.reprisk.com. RepRisk Indicator (RRI) utiliza un algoritmo para acceder al riesgo de daños a la reputación de las empresas debido a 28 aspectos de ASG y a una variedad de «asuntos candentes» específicos y temáticos. Por ejemplo: Daños en el arrecife de coral, tráfico de personas o amenazas para especies en peligro de extinción. 0-25 indica una exposición de riesgo bajo, 26-49 una exposición de riesgo medio, 50-59 una exposición de riesgo alto, 60-74 una exposición de riesgo muy alto y 75-100 una exposición de riesgo extremadamente alto. Utilizamos el índice RRI para calcular nuestras empresas de cartera más/menos sostenibles. Las puntuaciones E, S y G son el porcentaje medio ponderado de las noticias sobre las categorías temáticas relacionadas, respectivamente. El cambio en el RRI se refiere a cuánto ha cambiado la puntuación RRI media ponderada en los últimos 30 días, siendo los mejores/ peores los que muestran las mayores fluctuaciones. La puntuación RRI máxima es la puntuación RRI media ponderada más alta de los últimos 2 años.