

Grado de Administración y Dirección de Empresas

Título: Comparación de tres empresas del sector de la cosmética en base a uno de los criterios ESG: El criterio medioambiental

Autoría: Mónica Huertas Salvador

Tutoría: José B. Sáez Madrid y Francisco Ortí Celma

Departamento: Ciencias Económicas, Financieras y Actuarial

Curso académico: 2022/2023

:



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Facultat d'Economia
i Empresa

RESUMEN

En el siguiente trabajo trataremos de determinar mediante la comparación de varias empresas del sector de la cosmética las diferencias entre ellas a la hora de aplicar uno de los criterios *ESG*: el criterio *Environmental*.

Compararemos económicamente una empresa que cotiza y aplica pocos criterios medioambientales (*l'Oreal*) con otra que no cotiza y aplica muchos más que ésta primera (*Yves Rocher*) y, por último, cogeremos una empresa que cotiza y aplica todos los criterios medioambientales para ver en qué se diferencia de las dos anteriores (*The Body Shop*).

Comentar que estaremos tratando información de empresas españolas, es decir, de filiales por lo tanto los datos que analizaremos en este trabajo se cogerán de las empresas dependientes sin tener en cuenta los resultados de la matriz para que el análisis sea completamente igualitario eso sí, sin olvidar claro está, que las decisiones estratégicas las toma la matriz, por lo tanto, son ellas las que aplican estos criterios ya que son las únicas que tienen poder para hacerlo.

PALABRAS CLAVE

Environmental=medioambiental

Greenwashing=término utilizado para empresas que realmente NO cumplen criterios medioambientales, pero aparentan que sí para captar más clientes.

TAC=tasa anual de crecimiento

ISR=inversiones socialmente responsables

Productos Ecofriendly=productos/servicios hechos respetando el medioambiente.

Corredores Ecológicos=ruta diseñada para conectar áreas naturales con el objetivo de preservar la biodiversidad.

Refill=sistema de reutilización de envases

ÍNDICE

<u>I. INTRODUCCIÓN</u>	4
<u>II. PARTE TEÓRICA</u>	
1. LOS CRITERIOS ESG	
1.1 Definición criterios ESG	6
1.2 Historia: ¿Cómo ha sido la evolución del término ESG?.....	7
1.3 Inversión ESG: Enfoques	8
1.4 Marketing medioambiental: Greenwashing.....	9
1.5 Criterio Medioambiental.....	10
1.6 Ejemplo Empresa Environmental: LUSH	11
<u>III. PARTE PRÁCTICA</u>	
1. L'OREAL ESPAÑA, SA	
1.1 Descripción empresa.....	13
1.2 Datos económicos e indicadores comparativos	13
1.3 Previsión económica para 2022, 2023 y 2024.....	16
1.4 Criterios ESG y medioambientales que aplica	17
2 YVES ROCHER, SAU	
2.1 Descripción empresa.....	20
2.2 Datos económicos e indicadores comparativos	20
2.3 Previsión económica para 2022, 2023 y 2024.....	22
2.4 Criterios ESG y medioambientales que aplica	23
3 THE BODY SHOP, SA	
3.1 Descripción empresa.....	25
3.2 Datos económicos e indicadores comparativos	25
3.3 Previsión económica para 2022, 2023 y 2024.....	27
3.4 Criterios ESG y medioambientales que aplica	28
4 AYUDAS DEL ESTADO	30
5 ENCUESTA CONSUMIDORES	31
<u>IV. BIBLIOGRAFIA</u>	32
<u>V. CONCLUSIONES</u>	35
<u>VI. ANNEXOS</u>	37

I. INTRODUCCIÓN

Con el siguiente trabajo quiero intentar investigar y dar respuesta a la pregunta siguiente: *¿las empresas sostenibles son más rentables?* y si así lo son, *¿por qué cuesta tanto que haya más empresas dedicadas a mitigar su propio impacto medioambiental?*

Mi motivación principal se basa en que desde pequeña siempre me han interesado los temas medioambientales, siempre he tenido la idea fija de que en un futuro me gustaría poder montar un pequeño negocio dedicado 100% a la fabricación y venta de productos naturales, aunque fuera simplemente una pequeña tienda. Además, el término medioambiental con los años cada vez abarca más cosas y con este trabajo quiero analizar desde un punto de vista general como se entiende la economía con el medioambiente.

La metodología que he utilizado en base a la parte teórica ha sido extraer toda la información posible de páginas webs de internet, también para saber los criterios que aplican las empresas que comparo intentaré ponerme en contacto con dichas empresas y luego sacar información de sus páginas webs ya que allí sale todo lo que “teóricamente” aplican.

De la parte práctica he extraído los datos económicos de la aplicación *sabi* del *Crai Ub* y luego he hecho proyecciones de datos calculando ratios de rentabilidad. Además, he hecho una pequeña encuesta para conocer en que se basan los consumidores a la hora de comprar productos de cosmética y si se fijan en el tema medioambiental.

Por último, quiero agradecer a mis tutores por ayudarme en la elaboración de mi trabajo final de Grado ya no tan solo por la ayuda sino por aconsejarme en cómo enfocar un tema que me interesa en el mundo empresarial.

II. PARTE TEÓRICA

1. LOS CRITERIOS ESG

1.1 Definición criterios ESG

Para empezar, este acrónimo incorpora las siglas E (*Environmental*), S (*Social*) y G (*Governance*), que básicamente concierne a los criterios del medioambiente, la sociedad y la gobernanza que aplican las empresas para evaluar el desempeño sostenible que provocan con su actividad económica. Por lo tanto, las empresas ya no tienen el foco solamente en ganar beneficio o el lucro propio, sino que miran si sus actividades pueden tener un efecto negativo en el planeta y como corregirlo, se preocupan por las repercusiones que su actividad puede originar.

Medio ambiente	Sociedad	Gobierno corporativo
Cómo utiliza la empresa los recursos y las fuentes de energía; cómo gestiona los residuos y las emisiones; qué planes relacionados con el cambio climático lleva a cabo.	Cómo se relaciona la empresa con sus empleados; cómo aborda los asuntos de salud y seguridad; qué relación tiene con la sociedad en que despliega su actividad.	La diversidad en el seno de la empresa; el código ético; el esquema de remuneraciones; la independencia de los órganos de administración; la estructura accionarial.
 Energía	 Fuerza de trabajo	 Ética
 Residuos	 Comunidad	 Diversidad
 Materiales	 Salud y seguridad	 Estructura accionarial

Es importante para las empresas tener cumplidos estos criterios ESG y llevarlos al día, ya no tan solo para ellas mismas y su buena labor hacia el planeta, sino que también es atractivo para los inversores el hecho de invertir en este tipo de compañías ya que ellos al depositar su dinero en una empresa con este tipo de características sostenibles hace que tengan más disposición a invertir y logra que estos tengan más confianza en la empresa y dure más su relación con ella.

También, hay un tipo de inversiones concretas que ofrecen las empresas que cumplen estos criterios ESG que son las denominadas inversiones socialmente responsables (ISR), mejor dicho, para que una inversión sea considerada socialmente responsable debe basarse en los criterios ambientales, sociales y gubernamentales. Dichas inversiones se caracterizan en dar una rentabilidad mayor a largo plazo a sus inversores y además están destinadas a financiar siempre un fin social como puede ser por ejemplo reducir la deforestación o la protección de la biodiversidad.



1.2 Historia: ¿Cómo ha sido la evolución del término ESG?

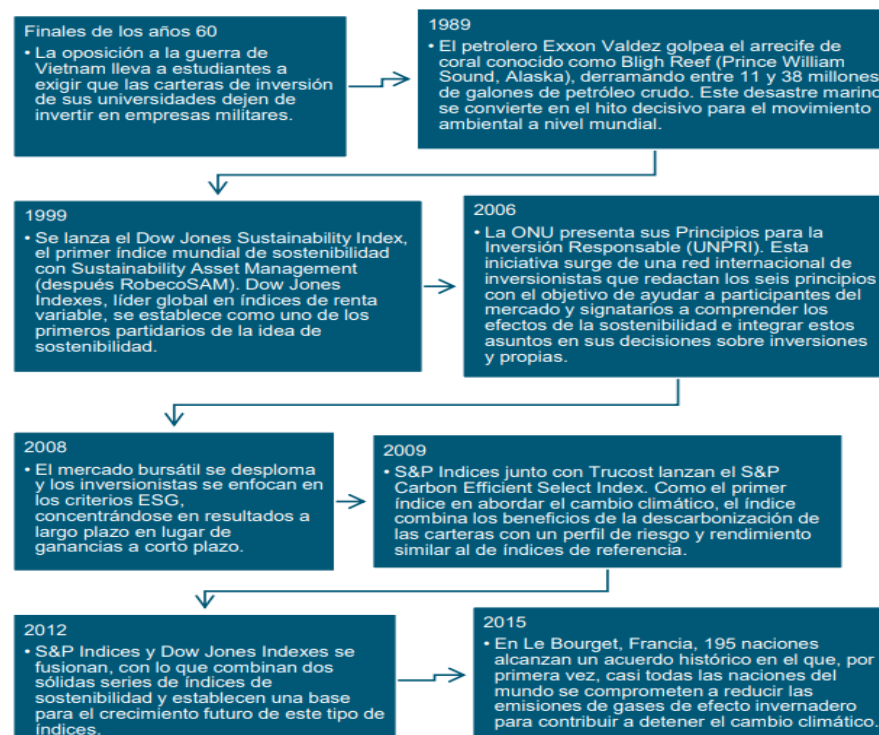
Los criterios sostenibles han aparecido a lo largo del tiempo solo que catalogados con términos diferentes.



Primero apareció el término inversiones éticas que surgió a raíz de la guerra de Vietnam en 1955 cuando los universitarios de EEUU protestaron para erradicar las inversiones en empresas militares. Posteriormente, en los 90 se creó el primer índice global que introducía criterios de sostenibilidad llamado **Dow Jones Sustainability Index**, el cual sirve para analizar la ética sostenible de las principales empresas que cotizan en las bolsas de todo el mundo. La relevancia de este índice ha ido aumentando con los años y hoy en día es esencial para evaluar el desempeño social de las compañías. Pocos años después, la ONU determinó los principios para la inversión responsable, pero fue Kofi Annan quien reunió a los inversores institucionales mundiales para determinar entre todos los seis principios básicos de inversión responsable que eran prácticamente como unos indicadores de calidad.

En 2008 fue cuando más impacto tuvieron los ESG en el ámbito de inversiones ya que la WFE (Federación Mundial de Bolsas de Valores) analizó y dio a conocer que las empresas más grandes en el centro de Europa mejoraron sus financiaciones gracias a los ESG hecho que les dio aún más visibilidad. A raíz de los años surgió también el denominado **impact investing** que era la financiación de proyectos con objetivos de impacto positivo en la sociedad bien definidos.

A continuación, veremos un esquema sacado de S&P Dow Jones Índices donde se puede ver de forma resumida la evolución de los criterios ESG:



Fuente: S&P Dow Jones Indices LLC. Este gráfico posee un fin ilustrativo.

1.3 Inversión ESG

- Fondos de Inversión ESG:

Los fondos de inversión ESG están tomando cada vez más importancia y se están abriendo al mundo financiero poco a poco. Son fondos que se invierten en carteras que se destinan a cubrir aspectos medioambientales, sociales y de gobierno corporativo colaborando así para hacer el mundo un lugar mejor.

Las empresas se están sensibilizando y después de la pandemia han tenido bastante reconocimiento en este aspecto y ya en España hay 1 de cada 4 euros que se destinan a empresas sostenibles. Pero lo que realmente importa es: ¿estos tipos de fondos de inversión ESG dan dinero?



Sí, realmente son unos fondos que dan mayor rendimiento a largo plazo por el objetivo de sostenibilidad que perdura en el tiempo y se pueden destinar tanto a renta fija como a renta variable. Además, que hay menor riesgo a la hora de invertir en este tipo de fondos ya que las empresas sostenibles en las cuales se quiere invertir son primeramente evaluadas para asegurar que cumplen estos criterios ESG y por lo tanto si hubiera cualquier mala praxis se detectan en esa evaluación, hay más transparencia.

- Enfoques:

Después de quedarnos claro que son los ESG, vamos a ver qué enfoques pueden utilizar las empresas para decidir qué tipo de inversión en fondos ESG quieren desempeñar:

- Por Exclusión:** Aquí los inversores deciden descartar de su cartera a empresas que no cumplen los criterios del medio ambiente o sociales como por ejemplo empresas de producción de armas o empresas que se dedican a incrementar la huella de carbono.
- Por Inclusión:** En este caso se opta por invertir en nuevas empresas que usan ecotecnologías, energías limpias y prácticas laborales justas, lo contrario al anterior enfoque.
- Por Integración:** Esta es la más frecuente y la más usada en las empresas. Se valora los ESG junto con indicadores económicos, es a la práctica la más flexible de las inversiones sostenibles.
- Por impacto:** Los que van más allá y quieren provocar un cambio radical en el mundo disminuyendo 100% sus emisiones tóxicas, por ejemplo, son empresas que normalmente establecen y practican los tres criterios completamente. Son por ejemplo empresas *ecofriendly* como la que mencionaremos posteriormente *LUSH*.

1.4 Marketing Medioambiental usando el denominado: *Greenwashing*

Antes de explicar cómo se determina el criterio *Environmental*, primero comentar que para que una empresa sea denominada sostenible debe cumplir todos y cada uno de los criterios que comentaremos en el punto siguiente ya que si solo cumple algunos podríamos tener un caso de *greenwashing* como comentaremos ahora.

Las empresas utilizan marketing medioambiental cuando realmente están aplicando métodos para ser eficientemente mejor a la hora de reciclar o ayudar al medio ambiente, el objetivo de la empresa es mostrar al público qué la diferencia del resto, pero de forma verdadera sin mentir ni exagerar nada. El problema viene que este tipo de marketing se ha ido globalizando y extendiendo de tal forma que muchas empresas lo están usando de forma fraudulenta y poco ética para la captación de más clientes y así ganar más beneficios. Muestran en anuncios su gran plan de empresa medioambiental cuando ni siquiera tienen uno definido realmente, es una práctica que se conoce como ecología verde engañosa o *greenwash*.



Este concepto es utilizado cuando las empresas quieren mejorar su imagen o estatus empresarial diciendo que su empresa es sostenible cuando en realidad no lo es, lo que hacen es utilizar su marketing de forma “*Green*” como explicando que reciclan o que utilizan prácticas ecológicas y usan productos naturales, pero en verdad no hacen nada de eso sino todo lo contrario.

Hay muchos ejemplos de empresas que utilizan esta publicidad engañosa y que se denominan sostenibles, como por ejemplo *Nespresso* la cual ya ha tenido varias inspecciones por varias fundaciones y organizaciones por el mal reciclaje de sus cápsulas hechas de aluminio y plástico. Otro ejemplo es *Mc Donalds*, el cual hizo pintar sus establecimientos de color verde además de decir que estaban aplicando prácticas de sostenibilidad cuando posteriormente la sometieron a inspección y vieron que ni la separación de residuos hacia la empresa. Estos son pocos de los muchos ejemplos que hay de empresas que buscan muchos certificados ecológicos para mejorar su imagen empresarial, pero en verdad su ética y valores están muy por debajo de lo correcto.



1.5 Criterio Medioambiental

En el siguiente trabajo nos enfocaremos solamente en los criterios medioambientales que forman parte del grupo ESG, es decir, en el criterio *Environmental*.

Primero de todo, este criterio es un conjunto de pautas y actividades empresariales que realizan las organizaciones que quieren lograr un impacto positivo en el mundo, es decir, es la aplicación de prácticas sostenibles por parte de las empresas como por ejemplo el uso de una política de reciclaje (envases reutilizables) y/o la fabricación de productos naturales y ecológicos para poder hacer un mundo mejor.

Por lo tanto, son criterios que se basan principalmente en la economía circular y la responsabilidad social medioambiental.

Las prácticas más comunes de sostenibilidad que aplican las empresas referentes a este criterio son:

- Disminución del uso de plásticos
- Eliminación y/o correcta gestión de residuos
- Reducción de emisiones tóxicas o contaminantes (huella de carbono)
- Protección de la biodiversidad
- Reducir la deforestación
- Aplicar recursos naturales y sostenibles en la elaboración de sus productos
- Protección de los recursos hídricos
- Uso de energías renovables
- No *testación* de sus productos en animales

Lo que no es sostenible es por ejemplo el uso de materiales nocivos o residuos tóxicos en la fabricación de los productos como la emisión de CO₂, gases que empeoran el efecto invernadero o el uso de vertidos o contenedores tóxicos sin reciclarlos adecuadamente.

Pero si aun así, las empresas no saben cómo encaminar la práctica medioambiental o identificar qué prácticas son sostenibles y cuáles no, pueden ir a los ODS (objetivos de desarrollo sostenible) fijados por la ONU en 2015 para ver exactamente lo que se considera criterio *Environmental*.



Concretamente son los criterios del grupo 6, 7, 11, 12, 13, 14 y 15 que nos afectan a la hora de determinar qué valores medioambientales y sostenibles deben aplicar las empresas para cumplir el criterio E.



Además de esto comentado, también existe la ISO 14001 la cual determina el marco de referencia para cualquier tipo de organización empresarial que quiera encaminarse al mundo empresarial sostenible.

1.6 Ejemplo Empresa Environmental: LUSH

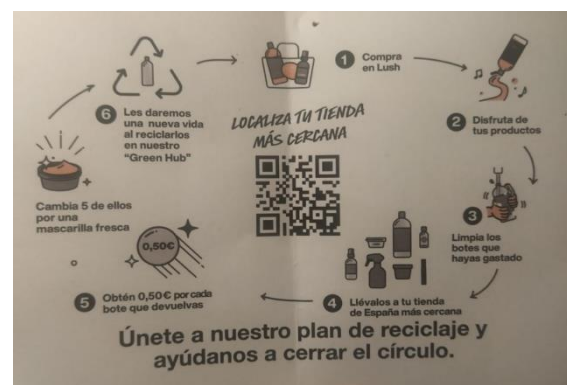
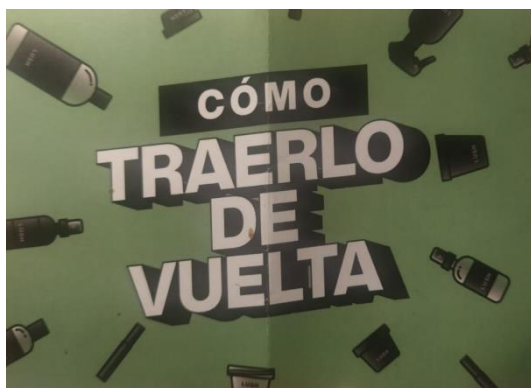
“Lush es una empresa innovadora y con principios éticos fundada hace 25 años con el objetivo de sostenibilidad muy marcado tanto en el uso de productos naturales como la protección a los animales”



(se presentaron en el parlamento europeo reivindicando con estiércol, sí estiércol, porque había más de 40 países donde la testación en animales aún era y es permitida y se manifestaron para erradicar esto)

Hoy en día son muchas las marcas que utilizan materiales sostenibles en su fabricación empresarial y ya no tan solo en sus procesos aplican técnicas reciclables sino en la elaboración de sus productos también. El claro ejemplo es esta empresa llamada *Lush*, la cual conocí en la Illa Diagonal, en Barcelona hace relativamente poco.

Esta empresa se dedica a la fabricación y venta de jabones, champús y mascarillas faciales utilizando materiales 100% naturales en sus pastillas de jabón como, por ejemplo: el limón, la manteca de karité o incluso el extracto de aloe vera. Además, sus envases son hechos con productos reciclados y lo que hacen es que al comprar cualquier producto de su tienda cuando este se agote si devuelves los envases que están hechos con plásticos 100% reciclados, al devolverlos por cada uno te dan 0,50€ y si acumulas 5 devoluciones de envases te los intercambian por un producto de su tienda en formato mini de tu elección, es un sistema de reciclaje que funciona muy bien ya que la gente cuando le regalan productos u ofertas es más propensa a reciclar, me proporcionaron este folleto donde se explica el sistema de reciclado:



III. PARTE PRÁCTICA

1. L'OREAL ESPAÑA SA

1.1 Descripción Empresa

L'Oreal es una marca francesa de cosméticos que se dedica a vender productos para el cuidado de la piel, para el cabello y también maquillaje. Es actualmente la marca líder en muchísimos países por el hecho de acercar productos de *semi-lujo* a todo tipo de segmentos de clientes.

Esta empresa nació en 1907 en Francia de la mano de Eugène Schueller un químico alemán que dio con el primer tinte para el cabello de forma segura ya que hasta la fecha no se había descubierto ninguno. Esta empresa estuvo décadas dedicándose solo a la producción y venta de tintes para el cabello, fueron los pioneros en este sector de la belleza en esa época.

Con los años fueron creciendo e innovando en el sector de la cosmética ofreciendo a las mujeres productos para el cuidado de la piel y empezaron a debutar en el sector del maquillaje hasta hoy en día que es una de las principales empresas del sector.

L'Oreal es un grupo de empresas formado por 387 filiales y asociadas de las cuales nos centraremos en analizar solamente una de ellas que es la filial de España: **L'Oreal España SA**.

La matriz está ubicada en Francia obviamente ya que fue allí donde se creó y es el centro de operaciones de todo. La matriz tiene el 100% de las participaciones de la filial de España, por lo tanto, tiene el control directo la empresa de Francia de la de España y el órgano de administración de la matriz es básicamente el mismo que el de la filial de aquí y eso hace que las decisiones medioambientales las tomen todas desde la central, cada decisión, cambio o iniciativa *green* la crean desde Francia y luego la derivan a las filiales para que éstas la hagan, por ejemplo si deciden sacar un producto natural como un champú sin parabenos toman la decisión de creación desde la matriz y luego derivan ese producto a la filial para que empiecen a fabricarlo.



MATRIZ			FILIAL			Subsidiary - Direct %
L'OREAL	FR632012100	FR	L'OREAL ESPAÑA SA	ESA28050359	ES	100.00

1.2 Datos económicos e Indicadores Comparativos

Comentar que he sacado la información contable tanto de la filial de L'Oreal España SA como de las otras dos empresas que compararé de la aplicación del CRAI UB: *sabi*.

Cuentas No Consolidadas Pinchar aquí para cuentas consolidadas	31/12/2021 mil EUR	31/12/2020 mil EUR
	12 meses Salvedades Normal PGC 2007	12 meses Salvedades Normal PGC 2007
Ingresos de explotación	894.910	799.826
Result. ordinarios antes Impuestos	91.534	66.587
Resultado del Ejercicio	70.630	51.405
Total Activo	357.465	415.993
Fondos propios	151.138	131.664
Rentabilidad económica (%)	25,61	16,01
Rentabilidad financiera (%)	60,56	50,57
Liquidez general	1,12	1,01
Endeudamiento (%)	57,72	68,35

He hecho una extracción de los datos de 2021 comparándolos con 2017 para así obtener una tasa de variación de crecimiento, usando la fórmula siguiente:

$$\text{(Valor final/Valor inicial)} ^ { (1/n) } - 1 = \text{CAGR (\%)} \text{ Tasa de variación o de crecimiento}$$

La tasa encontrada la he multiplicado por los valores extraídos de 2021 del *sabi* para obtener la previsión de 2022. Luego he utilizado la misma tasa de variación de crecimiento de (2021-2017) para 2023 y 2024 para hacer una proyección de ventas y otras partidas de forma constante en el tiempo.

A continuación, presento la tabla y los cálculos obtenidos, decir que es una estimación basándose solo en la evolución de cinco años y teniendo como año de referencia el 2017 porque no quería tener en cuenta el periodo de la *pandemia* porque evidentemente me hubieran salido números muy negativos y decrecientes, quería plantear la evolución de la empresa en un entorno económico normal.

- He marcado en azul la proyección para 2023 y 2024 suponiendo la misma TAC constante utilizada para 2022.
- He marcado en naranja la previsión de 2022 sacada con la TAC calculada de los últimos 5 años, teniendo como referencia el año 2017.
- He marcada en verde los datos reales contables de la empresa sacados del *sabi* (2021-2017)

		L'OREAL SA ESPAÑA							
CUENTAS NO CONSOLIDADAS		mil EUR							
EMPRESAS DEL GRUPO 386		31/12/2024	31/12/2023	31/12/2022	31/12/2021	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2018	31/12/2017*

Ingresos de explotación	900.088,68 €	898.359,13 €	896.632,91 €	894.910,00 €	799.826,00 €	931.256,00 €	900.000,00 €	886.345,00 €
BAILI	81.478,94 €	84.701,49 €	88.051,50 €	91.534,00 €	66.587,00 €	66.731,00 €	109.921,00 €	111.998,00 €
Resultado Ejercicio	63.065,29 €	65.492,27 €	68.012,64 €	70.630,00 €	51.405,00 €	40.851,00 €	84.853,00 €	85.942,00 €
Total Activo	322.755,71 €	333.933,86 €	345.499,16 €	357.465,00 €	415.993,00 €	454.526,00 €	414.752,00 €	426.356,00 €
Fondos Propios	142.651,99 €	145.426,35 €	148.254,67 €	151.138,00 €	131.664,00 €	121.496,00 €	165.910,00 €	166.733,00 €

ideal (ROE>ROA)

> 5%

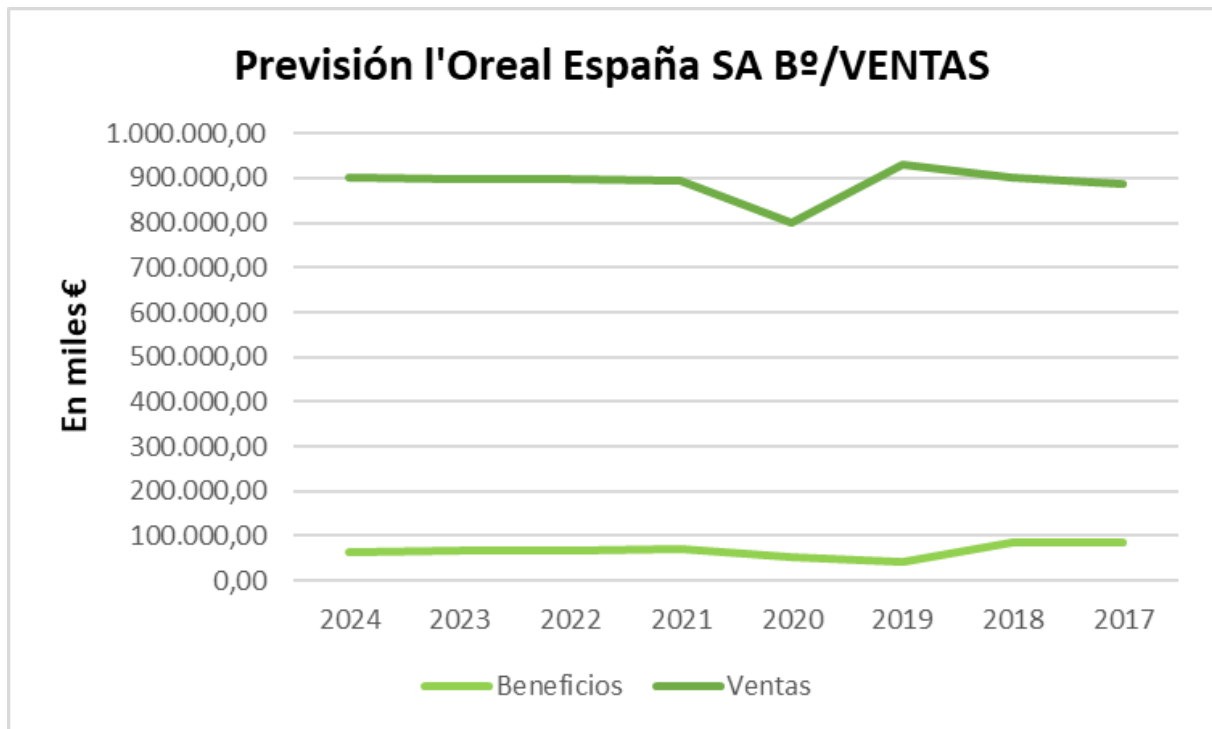
cuanto mayor mejor

Rentabilidad Económica (%)	25,24%	25,36%	25,49%	25,61%	16,01%	14,68%	26,50%	26,27%
Rentabilidad Financiera (%)	44,21%	45,03%	45,88%	46,73%	39,04%	33,62%	51,14%	51,54%
Liquidez General	1,12	1,12	1,12	1,12	1,01	0,96	1,11	1,12
Endeudamiento (%)	1,27	1,30	1,33	1,37	2,16	2,74	1,50	1,56

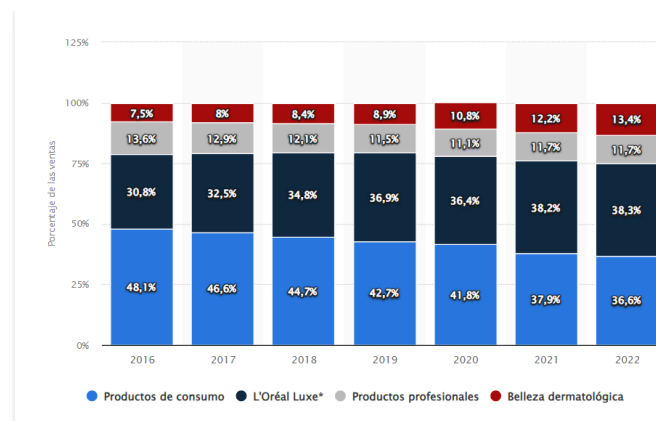
Inmovilizado	119.879,71 €	121.942,12 €	124.040,02 €	126.174,00 €	130.031,00 €	137.411,00 €	139.856,00 €	137.611,00 €
Otros activos fijos	97.438,98 €	96.212,28 €	95.001,01 €	93.805,00 €	94.252,00 €	92.438,00 €	90.572,00 €	88.047,00 €
Activo Circulante	203.611,59 €	212.448,94 €	221.669,86 €	231.291,00 €	285.962,00 €	317.115,00 €	274.896,00 €	288.745,00 €
TOTAL ACTIVO	420.930,28 €	430.603,34 €	440.710,89 €	451.270,00 €	510.245,00 €	546.964,00 €	505.324,00 €	514.403,00 €
Pasivo Fijo	230,75 €	294,56 €	376,02 €	480,00 €	1.316,00 €	1.130,00 €	1.113,00 €	2.422,00 €
Pasivo Líquido	181.127,14 €	189.018,31 €	197.253,27 €	205.847,00 €	283.013,00 €	331.900,00 €	247.729,00 €	257.201,00 €
TOTAL PASIVO	181.357,89 €	189.312,86 €	197.629,28 €	206.327,00 €	284.329,00 €	333.030,00 €	248.842,00 €	259.623,00 €

Fondo de Maniobra	22.484,45 €	23.430,64 €	24.416,60 €	25.444,00 €	2.949,00 €	-14.785,00 €	27.167,00 €	31.544,00 €
Nº Empleados	2048	2051	2054	2057	2112	2160	2071	2072

1.3 Previsión económica para 2022, 2023 y 2024



Como se puede observar la filial de España de L’Oreal tiene muy buenos resultados a nivel de ventas que son entre 800 y 900 millones aproximadamente en estos últimos años. Esto se debe sobre todo a sus ventas mundiales y al reconocimiento de marca que tiene desde hace décadas ya que es la principal marca pionera en cosmética. Además, l’Oreal se compone de muchas líneas de marcas tanto de productos de semi-lujo como *Garnier, Nyx, Maybelline*; y de línea de lujo como *Lancome* o *Vichy*.



A nivel de beneficios es una empresa que tampoco se queda corta ya que en ninguno de estos cinco años 2017-2021 ha tenido pérdidas y ha logrado pasar la pandemia con resultados muy favorables. La diferencia entre el beneficio y las ventas viene explicada por las grandes cantidades de gastos de explotación que debe afrontar la empresa en base a su tamaño ya que de las tres organizaciones es la que más trabajadores, tiendas, gastos de marketing e investigación tiene.

1.4 Criterios ESG y medioambientales que aplica

L'Oreal SA 13-Apr-2023 2:10:30 PM			
Environment			
	2021	2020	2019
Period End Date	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
Reporting Currency	EUR	EUR	EUR
Period Status	Complete	Complete	Complete
ESG Report	Yes	Yes	Yes
ESG Reporting Scope	100%	100%	100%
ESG Report Auditor Name	Deloitte & Associates, PricewaterhouseCoopers Audit	Deloitte & Associates, PricewaterhouseCoopers Audit	PricewaterhouseCoopers Audit
ESG Combined Score	B-	A-	A-
ESG Score (Weight 100.0%)	A-	A-	A-
Environmental Pillar Score (Weight 25.4%)	A-	B+	A-
Social Pillar Score (Weight 49.3%)	A	A	A
Governance Pillar Score (Weight 25.4%)	A-	B	B
ESG Controversies Score	D+	A+	A
Resource Use Score (Weight 9.3%)	A+	A+	A+
Resource Reduction Policy	TRUE	TRUE	TRUE
Policy Water Efficiency	TRUE	TRUE	TRUE
Policy Energy Efficiency	TRUE	TRUE	TRUE
Policy Sustainable Packaging	TRUE	TRUE	TRUE
Policy Environmental Supply Chain	TRUE	TRUE	TRUE
Resource Reduction Targets	TRUE	TRUE	TRUE
Targets Water Efficiency	TRUE	TRUE	TRUE
Targets Energy Efficiency	TRUE	TRUE	TRUE
Environment Management Team	TRUE	TRUE	TRUE
Environment Management Training	TRUE	TRUE	TRUE
Environmental Materials Sourcing	TRUE	TRUE	TRUE
Toxic Chemicals Reduction	TRUE	TRUE	TRUE
Total Energy Use / Million in Revenue \$	93.55	94.87	101.14
Energy Use Total	3,433,654.80	3,243,214.80	3,387,085.20
Energy Purchased Direct	2,528,643.93	2,481,712.24	2,603,574.45
Energy Produced Direct	290,915.67	177,204.56	115,073.55

L'Oreal España es una de las muchas empresas que actualmente se están convirtiendo cada vez más en sostenibles y colaboradoras con el medio ambiente. Esta página web muestra los criterios ESG (medioambientales) aplicados por la empresa MATRIZ, ya que las decisiones medioambientales siempre las toman ellas.

Hacen una valoración que va desde A +, A, A-, B+, B, B-, +C, C, -C, +D, D a - D para valorar el impacto que tiene en cada una de las diferentes áreas ESG.

En este caso vemos como l'Oreal tiene más impacto positivo respecto al agua y a la economía circular, ya que, es una empresa que está muy concienciada en temas de reciclaje y recursos hídricos. Pero luego lo que he marcado en amarillo son prácticas que no aplican como por ejemplo no tienen una política de seguridad nuclear ni de disminución de contaminación en el transporte de sus trabajadores.

Total Water Pollutant Emissions / Million in Revenue \$	0.06
Water Discharged	885,423.00
Water Pollutant Emissions	2,022.00
ISO 14000 or EMS	ISO 14000
EMS Certified Percent	87.00%
Environmental Restoration Initiatives	TRUE
Staff Transportation Impact Reduction	FALSE
Accidental Spills To Revenues USD in million	--
Accidental Spills	0.00
Environmental Expenditures Investments	FALSE
Environmental Expenditures	--
Environmental Provisions	--
Environmental Investments Initiatives	FALSE
Self-Reported Environmental Fines To Revenues in million	0.84
Self-Reported Environmental Fines	€27,000.00
Environmental Partnerships	TRUE
Internal Carbon Pricing	FALSE
Internal Carbon Price per Tonne	--
Policy Nuclear Safety	FALSE
Emissions Target Type	Absolute
GHG Emission Method	GHG Protocol

Intenté ponerme en contacto con esta empresa para averiguar si realmente aplican todo lo que sale en dicha tabla y como es la manera que tienen de hacerlo para conocer mejor la empresa sin necesidad de datos económicos solo métodos que aplican y para verificar que toda esa información no fuera publicidad engañosa. Y básicamente la respuesta fue que toda la información la encontrará en la web.

Por lo tanto, busqué en las páginas webs de L’Oreal y en videos de *youtube* donde hacen seminarios de medioambiente para extraer toda la información sobre que métodos **green** aplica realmente la empresa.

En las webs de la empresa encontré que tienen una herramienta denominada SPOT “*Sustainable Product Optimization Tool*” basada en la aplicación de 14 criterios sostenibles que van desde evitar la emisión de gases tóxicos a por ejemplo mejorar las relaciones de los empleados. Es en general una herramienta que les ayuda a aplicar los ESG y llevar un control de calidad de estos mismos. Considerando que luego todo esto sea cierto y de verdad lo apliquen lo que lo voy a enfocar a lo que ellos dicen que aplican y como se ve reflejado en sus beneficios, pero primero vamos a resumir todos los criterios medioambientales que he encontrado que aplican y los que no:

CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES QUE APLICA L’OREAL ESPAÑA SA:

Centrándonos solamente en el tema del medio ambiente para empezar, L’Oreal en 1995 creó su propio laboratorio de investigación medioambiental para evolucionar e intentar mejorar los recursos que tenemos hoy en día respetando la seguridad humana y ambiental aplicando lo siguiente:

- Tiene una política de reciclaje circular
- Usan materiales y productos biodegradables
- Tienen una plataforma acuática para testar los productos y garantizar así la seguridad del medioambiente acuático:

Esto es bastante interesante puesto que tienen que comprobar por ejemplo que la elaboración de una crema solar al bañarse la gente no dañe el ecosistema marino. Realizan unas pruebas a cuatro especies planctónicas del ambiente marino y colaboran con el centro científico de Mónaco y la fundación Tara haciendo pruebas a los corales y viendo si hay blanqueamiento en estos que es señal de daño, viendo los filtros orgánicos que utiliza la empresa comprobaron que no afectan los productos de forma negativa ni a los corales ni a la supervivencia de las algas marinas. A parte usan métodos también homologados y sustentados por la OCDE.

- También han evolucionado sus productos de tal forma que actualmente están hechos con materiales biodegradables y han alcanzado el 96% cuyo % quieren llegar en 2030 a ser 100%.

Además, tiene una estructura para clasificar sus productos y en el siguiente enlace se ve como califican los productos de la A-E según el impacto medioambiental que tiene cada uno:

<https://youtu.be/JCEhOkCC0Vw>

CALIFICACIÓN: A	<u>Ningún Impacto</u>
CALIFICACIÓN: B	<u>Poco Impacto</u>
CALIFICACIÓN: C	<u>Poco-Medio Impacto</u>
CALIFICACIÓN: D	<u>Medio Impacto</u>
CALIFICACIÓN: E	<u>Mayor impacto (es en éstos donde tienen el foco de atención)</u>

También tienen definidos algunos de los ingredientes que NO usan en la elaboración de sus productos que son los siguientes:

Ingredientes que no utilizamos

- 1,4 - Dioxano**
- Acetaldehído
- Acetonitrilo
- Acrilamida**
- Benceno**
- Bisfenol A*
- Hidroxianisol butilado (BHA)
- Butoxietanol
- Cloruro de metileno
- Dietanolamina (DEA) y complejos de dietanolamina (DEA)**
- Formaldehído**
- Hidroquinona
- Metales pesados**
- Microperlas de plástico
- Alquilfenoles: nonilfenoles (NP) y nonilfenoles etoxilados (NPE)
- Ftalatos**
- Tolueno**
- Triclocarbán
- Triclosán

Sellos Medioambientales que tiene L'OREAL:

AAA award on
CLIMATE CHANGE / FORESTS / WATER SECURITY



En definitiva, l'Oreal aplica criterios medioambientales, pero casi todos están basados en LA HUELLA DE AGUA. Quieren como objetivo para 2030 que sus champús y geles de baño consigan el 100% de biodegradabilidad. Además, no es una empresa que produzca sus productos con materiales 100% naturales ya que muchas cremas de sus gamas más caras llevan alcohol u otros elementos químicos para que aguanten más tiempo.

Por último, de esta organización he descubierto que además de no aplicar muchos criterios medioambientales hay uno que es fundamental y tampoco lo aplica: NO ES CRUELTY FREE.

L'Oreal no testa en animales en España, pero tampoco es *cruelty free* puesto que indirectamente vende muchos de sus productos a China, un país que en 2021 digamos que aportó mucho al grupo de empresas l'Oreal haciéndolo crecer con un aumento de sus ventas un 10% de enero a marzo de 2021 por ventas online. Esos meses se vendieron a China muchos productos de la marca *Lancome*, una marca de lujo de la que es propietaria l'Oreal de su gama de productos más caros (*Luxury Products*). Por lo tanto, al entrar cualquier producto del extranjero a China este país obliga por normativa propia que todos los productos de importación de cosmética deban ser testados en animales si quieren vender en dicho país, por lo tanto l'Oreal tiene que aceptar acuerdos que obligan a probar los productos en animales allí ya que dicho país no tiene la misma política de protección animal que tenemos en España y siguen permitiendo estas cosas y obligan a las empresas extranjeras a testar en animales todos los productos que vengan de fuera de China.

Por lo tanto, *l'Oreal* no testa en animales en España, pero el grupo en general si lo permite en otros países de ahí que no tengan el logo de *cruelty free* en sus productos.



2. YVES ROCHER ESPAÑA, SAU

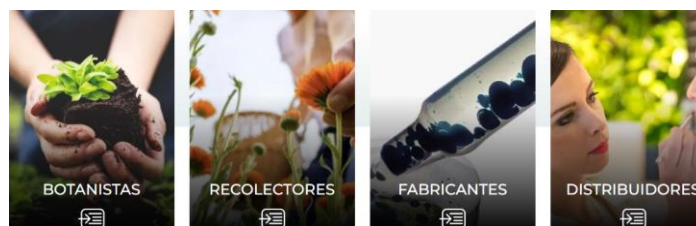
2.1 Descripción empresa

Yves Rocher fue creada en 1930 por el Sr. Yves Rocher en Bretaña, concretamente en una pequeña comuna francesa llamada *La Gacilly*. Es una marca que se basa en la cosmética natural encaminada al sector de la botánica.



El objetivo empresarial que tiene esta empresa es marcar la diferencia en cosmética vegetal y demostrar cómo las plantas y los elementos naturales de éstas tienen efectos positivos en el bienestar de la gente.

Para ser más exactos, fue en 1959 cuando empezó a conocerse la marca Yves Rocher y cuando crearon su propio laboratorio el cual dio mucho futuro a la marca en cuanto a investigación y en la ejecución de su actividad ya que fue en esta época cuando decidieron no tener intermediarios y encargarse ellos mismos de todas las fases del ciclo productivo de su actividad empresarial, convirtiéndose así en: *agricultores y botanistas, recolectores, fabricantes y distribuidores*.



2.2 Datos económicos e Indicadores Comparativos

Los datos contables de Yves Rocher España SAU los he sacado de la web del CRAI UB: sabi como en el caso de l'Oreal y he calculado todo igual que en el caso l'oreal, usando la misma ecuación de crecimiento ($\text{Valor final/Valor inicial} ^{(1/n)} - 1 = \text{CAGR} (\%)$)

- He marcado en azul la proyección para 2023 y 2024 suponiendo la misma TAC constante utilizada para 2022.
- He marcado en naranja la previsión de 2022 sacada con la TAC calculada de los últimos 5 años, teniendo como referencia el año 2017.
- He marcada en verde los datos reales contables de la empresa sacados del sabi (2021-2017)

Decir que al tener pérdidas desde 2017 hasta 2021 la TAC que me ha salido ha sido decreciente y esto ha empeorado las previsiones calculadas para 2022, 2023, y 2024, y por lo tanto los indicadores económicos como se verán a continuación también han sido muy negativos:

YVES ROCHER

	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
	31/12/2024	31/12/2023	31/12/2022	31/12/2021	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2018	*31/12/2017*

	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
	31/12/2024	31/12/2023	31/12/2022	31/12/2021	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2018	*31/12/2017*
Ingresos de explotación	31.689.892,80 €	33.326.412,73 €	35.047.445,34 €	36.857.355,00 €	34.872.134,00 €	48.328.931,00 €	48.476.543,00 €	48.046.517,00 €
BAlI (Res Explotación)	-1.924.870,94 €	-1.742.368,20 €	-1.577.169,09 €	-1.427.633,00 €	-5.131.009,00 €	-1.373.240,00 €	-1.406.710,00 €	-2.589.336,00 €
Resultado Ejercicio	-3.267.430,88 €	-3.434.818,00 €	-3.610.780,19 €	-3.434.818,00 €	-4.675.662,00 €	-1.429.728,00 €	-1.356.838,00 €	-2.675.575,00 €
Total Activo	7.545.328,45 €	8.528.488,59 €	9.639.755,01 €	10.895.820,00 €	14.773.111,00 €	17.726.969,00 €	19.059.514,00 €	21.062.445,00 €
Fondos Propios	115.877,34 €	172.807,35 €	257.706,81 €	384.317,00 €	3.819.136,00 €	8.494.797,00 €	9.924.525,00 €	11.281.363,00 €

ideal (ROE>ROA)

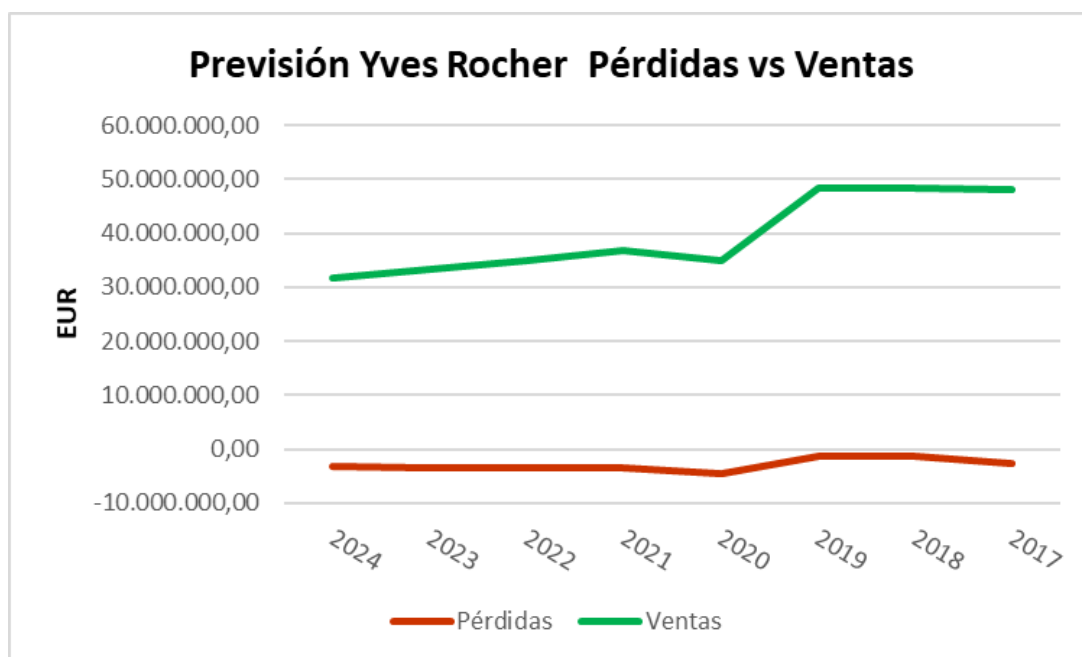
Rentabilidad Económica (%)	-25,51%	-20,43%	-16,36%	-13,10%	-34,73%	-7,75%	-7,38%	-12,29%
Rentabilidad Financiera (%)	-2820%	-1988%	-1401%	-894%	-122%	-17%	-14%	-24%
Liquidez General	0,40	0,45	0,50	0,57	0,62	0,96	0,99	1,06
Endeudamiento (%)	93,42	61,19	40,08	26,27	2,87	1,09	0,92	0,87

cuanto mayor mejor

Inmovilizado	3.053.576,90 €	3.548.209,24 €	4.122.964,39 €	4.790.821,00 €	8.017.717,00 €	8.860.582,00 €	10.093.847,00 €	11.591.773,00 €
Otros activos fijos	991.306,09 €	1.117.620,50 €	1.260.030,17 €	1.420.586,00 €	3.281.637,00 €	2.814.923,00 €	3.041.632,00 €	2.808.321,00 €
Activo Circulante	4.310.480,35 €	4.728.205,77 €	5.186.412,64 €	5.689.024,00 €	6.755.394,00 €	8.866.387,00 €	8.965.667,00 €	9.470.672,00 €
TOTAL ACTIVO	8.355.363,33 €	9.394.035,50 €	10.569.407,20 €	11.900.431,00 €	18.054.748,00 €	20.541.892,00 €	22.101.146,00 €	23.870.766,00 €
Pasivo Fijo	11.067,41 €	16.294,37 €	23.989,94 €	35.320,00 €	40.747,00 €	43.817,00 €	43.817,00 €	863.017,00 €
Pasivo Líquido	10.814.557,41 €	10.557.023,47 €	10.305.622,35 €	10.060.208,00 €	10.913.229,00 €	9.188.355,00 €	9.091.172,00 €	8.918.065,00 €
TOTAL PASIVO	10.825.624,82 €	10.573.317,84 €	10.329.612,28 €	10.095.528,00 €	10.953.976,00 €	9.232.172,00 €	9.134.989,00 €	9.781.082,00 €

Fondo de Maniobra	-6.504.077,06 €	-5.828.817,70 €	-5.119.209,71 €	-4.371.184,00 €	-4.157.835,00 €	-371.968,00 €	-125.505,00 €	552.607,00 €
Nº Empleados	152	171	193	217	183	308	341	428

2.3 Previsión económica para 2022, 2023 y 2024



Como se puede ver, Yves Rocher España tiene muy buenas ventas, pero el *Covid* afectó a esta buena evolución haciendo que a partir de 2020 fueran decreciendo. Además, desde 2017 a 2021 ha tenido pérdidas y por lo tanto los indicadores han dado valores muy deficientes.

Intenté comunicarme con la empresa para saber porque tenían tantas pérdidas en España y también para saber más información sobre qué ayudas tienen, pero no hubo manera así que busqué las CCAA consolidadas de Yves Rocher para intentar entender el porqué de las pérdidas de la filial española e intentar darle algún sentido.

Entré en el Orbis y busqué la MATRIZ de Yves Rocher que es *Rocher Corporation* la cual solo tiene cuentas consolidadas publicadas en dicha web hasta 2003, por lo tanto, de poco sirvió. Así que como el grupo cuenta con 110 empresas busqué la empresa filial francesa que es la más grande del grupo empresarial y vi que tenía el 100% de la filial de Madrid, tenía el control directo y además la filial de Francia obtuvo en 2021 beneficios, deduciendo así que aunque la matriz sea Rocher Corporation, si la filial de Francia tiene el control completo de la filial de España puede ser, esto lo supongo, que entre ellas al hacer operaciones vinculadas deduzco que España actuará como soporte de la filial de Francia encargándose ésta última de recibir de España todo el soporte económico, es decir, España será la que soporte pérdidas por la financiación que le hará a la filial de Francia, entre filiales se prestaran liquidez para su actividad.

	31/12/2021 USD 12 meses Local GAAP		31/12/2020 USD 12 meses Local GAAP	
Tipo de cambio: EUR/USD	1.13260		1.22710	
Ingresos de explotación (turnover)	466,017,457	↘	485,489,567	↘
Result. ordinarios antes impuestos	39,137,004	↗	31,372,021	↘
P/G por periodo [=ingresos netos]	26,578,731	↗	19,490,018	↘
Flujo de caja	37,379,208	↗	35,720,861	↘
Activos totales	509,499,116	↘	549,763,801	↗
Fondos de los accionistas	305,786,227	↘	351,606,898	↗
Ratio actual (x)	1.85	↘	2.04	↗
Margen de beneficio (%)	8.40	↗	6.46	↘
ROE - base: result. antes impuestos (%)	12.80	↗	8.92	↘
ROCE - base: result. antes impuestos (%)	12.42	↗	8.70	↘
Coefficiente de solvencia (%)	60.02	↘	63.96	↗
Número de empleados	276	↘	279	↗

Nombre del accionista	País		Tipo		Accionistas		Fuente			Información empresa	
			Directo (%)	Total (%)	Fuente	Fecha de la info.	Variación	Ingreso Operacional (mll EUR)*	Empleados		
1. <u>YVES ROCHER INTERNATIONAL</u>	FR	E	100,00	100,00	IN	04/2023		n.d.	n.d.		

2.4 Criterios ESG y Medioambientales que aplica

La MATRIZ de Yves Rocher que es *ROCHE CORPORATION* aplica los siguientes criterios ESG:

Roche Holding AG 13-Apr-2023 3:29:54 PM			
Environment			
	2021	2020	2019
Period End Date	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
Reporting Currency	CHF	CHF	CHF
Period Status	Complete	Complete	Complete
ESG Report	Yes	Yes	Yes
ESG Reporting Scope	51.00%	100%	100%
ESG Report Auditor Name	PricewaterhouseCoopers AG	PricewaterhouseCoopers AG Zurich	PricewaterhouseCoopers AG, Zurich
ESG Combined Score	A	A	A
ESG Score (Weight 100.0%)	A+	A+	A+
Environmental Pillar Score (Weight 22.7%)	A+	A+	A+
Social Pillar Score (Weight 46.3%)	A+	A+	A+
Governance Pillar Score (Weight 31.0%)	A	A+	A
ESG Controversies Score	A-	A-	A
Resource Use Score (Weight 10.3%)	A+	A+	A+
Resource Reduction Policy	TRUE	TRUE	TRUE
Policy Water Efficiency	TRUE	TRUE	TRUE
Policy Energy Efficiency	TRUE	TRUE	TRUE
Policy Sustainable Packaging	TRUE	TRUE	TRUE
Policy Environmental Supply Chain	TRUE	TRUE	TRUE
Resource Reduction Targets	TRUE	TRUE	TRUE
Targets Water Efficiency	TRUE	TRUE	TRUE
Targets Energy Efficiency	TRUE	TRUE	TRUE
Environment Management Team	TRUE	TRUE	TRUE
Environment Management Training	TRUE	TRUE	TRUE
Environmental Materials Sourcing	TRUE	TRUE	TRUE
Toxic Chemicals Reduction	TRUE	TRUE	TRUE

Como se puede observar aplica podemos decir TODOS los criterios ESG (medioambientales) e incluso aplica más que l'Oreal. Esta organización tiene bien definidas políticas de gestión de residuos, de minimizar la huella de carbono, la huella de agua, energía nuclear, etc.

En 2019 fueron puntuados con A+, la puntuación máxima en términos generales y dicha calificación se ha mantenido todos estos años hasta llegar a 2021, por lo general en 2022 seguramente se mantendrá porque con los años han ido perfeccionado sus propios sistemas de cultivo e investigación y cada vez reúnen más beneficios de los cuales destinan a cubrir áreas de su negocio y causas sociales como en su fundación. Es una empresa que se dedica a la mejora constante de las fórmulas de sus productos completamente hechos de forma natural y respetando el medioambiente.

Además, en 2021, tuvieron una puntuación de emisiones excelente:

Emissions Score (Weight 9.3%)	A+
--------------------------------------	-----------

CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES QUE APLICA YVES ROCHER ESPAÑA SAU:

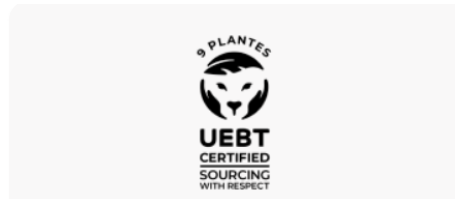
Enfocándonos en el tema medioambiental los criterios que aplica Yves Rocher SA, son los siguientes:

- Tienen sus propios campos de cultivo bio-certificados donde cultivan todas las plantas con las que fabrican sus productos posteriormente.
- Tienen un jardín invernadero donde estudian e investigan más de 1500 especies de plantas y como afectan los productos en ellas, es básicamente un herbolario al aire libre donde investigan la creación de nuevos productos naturales y el impacto de éstos.
- Tienen una fundación creada desde 1991 para apoyar grandes causas como la plantación de árboles para reducir la deforestación o la visibilidad de mujeres de todo el mundo como los premios TERRE DES FEMMES.
- Sus fábricas son catalogadas como refugios LPO *Ligue de protection des Oiseaux*, liga de protección de aves, tienen refugios para mantener la biodiversidad de aves.



FONDATION YVES ROCHER
POR LA NATURALEZA

Sellos Medioambientales que tiene YVES ROCHER:



Pero como en el caso de l'Oreal, Yves Rocher tiene ventas online por catálogo a China, por lo tanto, aunque en sus webs y publicidad pone que acabaron con la testa de productos en animales desde 1989 en España no testan, pero lo permiten en otros países, por eso no es *cruelty free*.

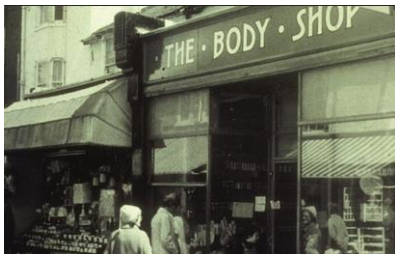
3. THE BODY SHOP ESPAÑA, SA

3.1 Descripción empresa

The Body Shop fue fundada en Inglaterra en 1976 por *Anita Roddick*. El objetivo de esta empresa de cosméticos naturales desde su creación hasta el día de hoy ha sido poder hacer llegar a los consumidores productos innovadores, crear campañas sociales y básicamente el negocio ético.

A día de hoy, *The Body Shop* pertenece al grupo *Natura & C. O*, pero han seguido la visión que creó la fundadora hace más de 40 años y se puede decir que actualmente entran dentro del grupo de las pocas empresas que elaboran sus productos con ingredientes 100% veganos y naturales.

Esta empresa siempre ha sido mucho más que una marca de cosmética de belleza, ya que ha perseguido siempre la sostenibilidad, el comercio justo y la igualdad. Desde que se fundó su visión ha sido mitigar el impacto medioambiental y luchar contra las injusticias sociales de cualquier tipo, la fundadora siempre ha tenido claro que no le importaba el hecho del



reconocimiento económico sino más bien el social, incluso decía que el marketing para ella no era tan importante en cuanto a temas de publicidad de promoción de productos, sino que prefería el contacto directo con sus clientes y que ellos mismos se interesaran por la marca, su labor y sus productos de forma que éstos volvieran a sus tiendas por motivos no tan solo de los productos sino porque se interesaran en el objetivo social de la empresa y quisieran colaborar de cualquier forma.

3.2 Datos económicos e Indicadores Comparativos

Los datos contables de *The Body Shop España SA* los he sacado también de la web *sabi* y he calculado todo de la misma forma con la misma ecuación y todo igual que en los dos casos anteriores.

- He marcado en azul la proyección para 2023 y 2024 suponiendo la misma TAC constante utilizada para 2022.
- He marcado en naranja la previsión de 2022 sacada con la TAC calculada de los últimos 5 años, teniendo como referencia el año 2017.
- He marcada en verde los datos reales contables de la empresa sacados del *sabi* (2021-2017)

En este caso he hecho un cambio de cálculo, pero solo enfocado en la partida del RESULTADO DEL EJERCICIO.

He hecho una media de la tasa de variación de crecimiento de cada año, he calculado la TAC anual de cada año y luego he hecho el promedio. Si no lo hubiera hecho así los datos me hubieran salido peor de lo que me han salido a la hora de calcular la previsión de 2022 y en adelante.

Los cálculos han sido los siguientes:

THE BODY SHOP SA

	EUR	31/12/2024	31/12/2023	31/12/2022	31/12/2021	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2018	EUR	*31/12/2017*
CUENTAS NO CONSOLIDADAS										
222 EMPRESAS DEL GRUPO										
Ingresos de explotación	EUR	14.543.578,48 €	14.928.125,23 €	15.322.839,79 €	15.777.991,00 €	15.293.477,00 €	18.969.107,00 €	17.905.098,00 €	EUR	17.983.017,00 €
BaII	EUR	8.294,56 €	10.695,00 €	13.790,13 €	17.781,00 €	634.984,00 €	768.228,00 €	162.483,00 €	EUR	98.146,00 €
Resultado Ejercicio	EUR	-23.416,92 €	-25.534,93 €	-27.844,52 €	-30.363,00 €	483.185,00 €	529.834,00 €	22.675,00 €	EUR	68.513,00 €
Total Activo	EUR	6.954.744,50 €	7.392.197,93 €	7.857.167,18 €	8.351.383,00 €	8.875.187,00 €	8.348.479,00 €	9.049.932,00 €	EUR	11.560.593,00 €
Fondos Propios	EUR	4.624.619,44 €	4.342.365,67 €	4.077.338,66 €	3.828.487,00 €	131.664,00 €	3.352.258,00 €	2.816.684,00 €	EUR	2.794.009,00 €

ideal (ROE>ROA)

> 5%

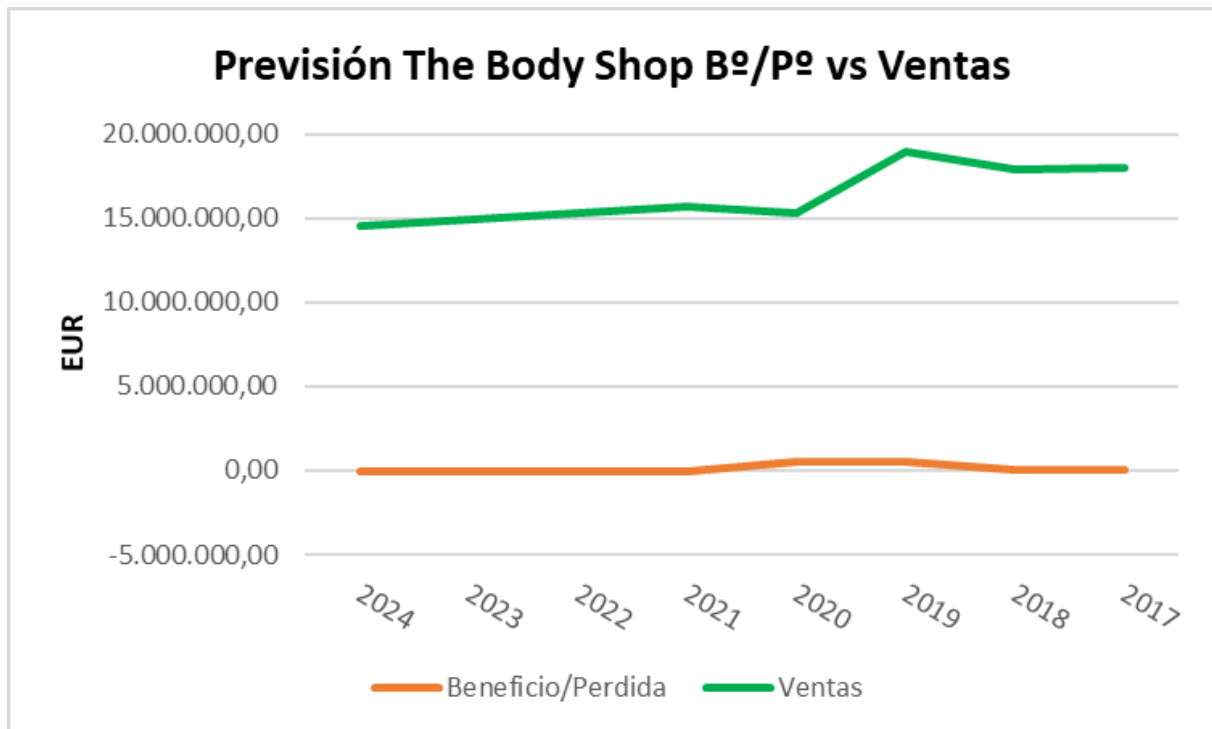
cuanto mayor mejor

Rentabilidad Económica (%)	0,12%	0,14%	0,18%	0,21%	7,15%	9,20%	1,80%	0,85%
Rentabilidad Financiera (%)	-0,51%	-0,59%	-0,68%	-0,79%	366,98%	15,81%	0,81%	2,45%
Liquidez General	1,38	1,28	1,19	1,11	1,07	0,87	0,77	0,72
Endeudamiento (%)	0,69	0,82	0,99	1,18	38,20	1,49	2,21	3,14

Inmovilizado	2.615.272,53 €	2.839.614,38 €	3.083.200,60 €	3.347.682,00 €	3.498.238,00 €	4.006.934,00 €	4.260.443,00 €	5.241.964,00 €
Otros activos fijos	910.622,82 €	939.271,15 €	968.820,76 €	999.300,00 €	1.006.711,00 €	1.058.083,00 €	1.117.481,00 €	1.172.488,00 €
Activo Circulante	4.377.272,42 €	4.576.844,60 €	4.785.515,85 €	5.003.701,00 €	5.376.949,00 €	4.341.545,00 €	4.789.489,00 €	6.318.629,00 €
TOTAL ACTIVO	7.903.167,77 €	8.355.730,14 €	8.837.537,21 €	9.350.683,00 €	9.881.898,00 €	9.406.562,00 €	10.167.413,00 €	12.733.081,00 €
Pasivo Fijo	12.500,00 €	12.500,00 €	12.500,00 €	12.500,00 €	12.500,00 €	n.d	n.d	n.d
Pasivo Líquido	3.172.376,00 €	3.567.204,40 €	4.011.172,46 €	4.510.396,00 €	5.017.018,00 €	4.996.221,00 €	6.233.248,00 €	8.766.584,00 €
TOTAL PASIVO	3.184.876,00 €	3.579.704,40 €	4.023.672,46 €	4.522.896,00 €	5.029.518,00 €	4.996.221,00 €	6.233.248,00 €	8.766.584,00 €

Fondo de Maniobra	1.204.896,41 €	1.009.640,20 €	774.343,39 €	493.305,00 €	359.931,00 €	-654.676,00 €	-1.443.759,00 €	-2.447.955,00 €
Nº Empleados	248	242	235	229	177	262	263	200

3.3 Previsión económica para 2022, 2023 y 2024



Como se puede observar las ventas de *The Body Shop* son muy positivas. Fue a partir de 2016 cuando esta empresa empezó a tener mejores beneficios ya que fue cuando la adquirió Natura & CO. Antes esta empresa tuvo bastante reconocimiento, pero muchas otras empresas querían apoderarse de ella como l'Oreal que la compró en 2006 aunque Anita Roddick no estaba de acuerdo ya que l'Oreal no tenía el mismo objetivo medioambiental que ella buscaba finalmente accedió como estrategia para poder cambiar la visión de l'Oreal en términos medioambientales y sociales con el pesar de que finalmente no fue así y l'Oreal cuando tuvo *The Body Shop* siguió aplicando su propio sistema sin considerar el de Anita. Esta empresa ha pasado por varias manos hasta llegar a su actual propietaria con la cual esta obteniendo de todos los años los mejores resultados en términos de ventas.

Respecto a los beneficios decir que crecieron desde 2017 hasta 2020, pero fue en el año de la pandemia cuando tuvo sus primeras pérdidas pasados 4 años. Este hecho ha perjudicado la previsión de 2022 en adelante.

En términos de gastos comentar que es una compañía que a pesar de no encargarse ella misma de todo el proceso productivo tiene más gastos en términos de innovación y producción de productos 100% naturales cosa que conlleva mucho más trabajo y elaboración además de las tiendas de España, sus trabajadores y en general su proceso de reciclaje.

3.4 Criterios ESG y Medioambientales que aplica

Natura & Co Holding SA 13-Apr-2023 3:31:47 PM			
Environment			
	2021	2020	2019
Period End Date	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
Reporting Currency	BRL	BRL	BRL
Period Status	Complete	Complete	Complete
ESG Report	Yes	Yes	Yes
ESG Reporting Scope	53.00%	60.00%	99.00%
ESG Report Auditor Name	PWC	PricewaterhouseCoopers	KPMG Assurance Services Ltda
ESG Combined Score	B+	B+	B+
ESG Score (Weight 100.0%)	B+	B+	B+
Environmental Pillar Score (Weight 25.4%)	B	B	B
Social Pillar Score (Weight 49.3%)	B+	B+	B+
Governance Pillar Score (Weight 25.4%)	A-	A-	A-
ESG Controversies Score	A-	B+	A+
Resource Use Score (Weight 9.3%)	A	A+	A
Resource Reduction Policy	TRUE	TRUE	TRUE
Policy Water Efficiency	TRUE	TRUE	TRUE
Policy Energy Efficiency	TRUE	TRUE	TRUE
Policy Sustainable Packaging	TRUE	TRUE	TRUE
Policy Environmental Supply Chain	TRUE	TRUE	TRUE
Resource Reduction Targets	TRUE	TRUE	TRUE
Targets Water Efficiency	TRUE	TRUE	TRUE
Targets Energy Efficiency	FALSE	TRUE	TRUE
Environment Management Team	FALSE	FALSE	FALSE
Environment Management Training	TRUE	TRUE	TRUE
Environmental Materials Sourcing	TRUE	TRUE	TRUE
Toxic Chemicals Reduction	FALSE	FALSE	FALSE

Como podemos ver *The Body Shop* aplica menos criterios ESG (medioambientales) que Yves Rocher, tiene una calificación de B+ en 2019 que se mantuvo así hasta 2021. Comparándola con l’Oreal en ESG están bastante igualados porque The Body Shop tampoco tiene una política de seguridad nuclear ni de gestión de residuos químicos.

The Body Shop es una empresa que destaca por sus labores sociales y medioambientales por lo tanto a nivel de ESG es desconcertante que tenga una puntuación menor que Yves Rocher con todo las prácticas que comenta que aplica, esto podría ser un caso de greenwashing como hemos comentado anteriormente ya que lo importante es realmente lo que a la hora de la verdad aplica la empresa y puede ser que tenga bastantes practicas medioambientales pero si la matriz tiene un puntuación menor en comparación con Yves Rocher Corporation en términos ESG debe ser porque realmente hay algo que no se está haciendo correctamente.

Emissions Score (Weight 9.3%)	A-
--------------------------------------	-----------

CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES QUE APLICA THE BODY SHOP ESPAÑA SA:

- Es una marca que fabrica sus productos con materiales 100% vegetarianos y veganos.
- No experimentan ni testan sus productos en animales.
- Tienen un sistema de *refill* del cual fueron los primeros en crear en el cual se basa en la reutilización de los envases ya comprados y vas a la tienda y rellenas el producto que quieras. Marcas como *Rituals* años más tarde copiaron dicho sistema y ya hay bastantes empresas que lo utilizan en términos de mitigar el uso de envases.
- Sus envases son de plásticos 100% reciclados los cuales los recogen de las calles de India, gracias a su programa de comercio con comunidades dando trabajo a personas vulnerables económicamente. Además de devolver el envase a la tienda y lo ellos mismos lo incorporan otra vez a su proceso de envase de reciclado.
- Tienen corredores ecológicos además de que trabajan en proyectos como en Indonesia para la conservación de los orangutanes y tigres de Sumatra especies gravemente amenazadas.
- Son activistas y tienen campañas contra el maltrato de género, la lucha feminista y contra el tráfico de personas. En 2019 se aliaron a la campaña de *Bloody Good Period*.



Sellos Medioambientales que tiene THE BODY SHOP:



4. AYUDAS DEL ESTADO

Para las organizaciones dedicadas a ámbitos sostenibles y medioambientales hay vigentes en España dos tipos de ayudas o subvenciones:

La primera es el programa **LIFE** de la Comisión Europea que dispone de 5432 millones de euros para la financiación de 2027 proyectos innovadores que luchen contra el cambio climático y la protección del medio ambiente. Persiguen dos objetivos principales:



- Transformar la UE en una sociedad justa y próspera donde se pueda conseguir las 0 emisiones de gases de efecto invernadero.
- Proteger, conservar y mejorar el capital natural de la UE y a su vez la salud de los ciudadanos que la componen mitigando los riesgos e impactos relacionados con el medio ambiente y el clima.

Del total del presupuesto del programa LIFE de 2021-2027 que son unos 5.432.000.000€, se destinarán 3.488.000.000€ al **área de medioambiente** (naturaleza y biodiversidad 2.143.000.000 € y economía circular y calidad de vida 1.345.000.000 €) y al **área de acción por el clima** (mitigar el cambio climático 947.000.000 € y energías limpias 997.000.000 €).

Se han aprobado en España más de 920 proyectos sostenibles denominados como los pactos verdes desde 1992 y en el periodo de 2014 a 2020 España recibió más de 200 millones de euros de financiación europea para sus proyectos.

La segunda es la **Fundación Biodiversidad**, que surgió mediante el Programa Empleaverde es como su propio nombre indica una fundación, pero está a nivel nacional e internacional que se dedica a dar subvenciones a empresas de cualquier sector con o sin ánimo de lucro que se interesen y hagan prácticas de eco innovación y de sostenibilidad en la práctica.



Fundación Biodiversidad

Las bases de actuación sobre las que opera son: sensibilización ambiental, protección del medio ambiente e investigación medioambiental.

Ha creado dos iniciativas: una llamada **impulsa** que dona hasta 1,5 millones de euros a empresas denominadas green y otra llamada **conecta** que son 0,6 millones donados a empresas que quieran colaborar con otras organizaciones en la UE referente a temas medioambientales.

5. ENCUESTA CONSUMIDORES

He realizado una pequeña encuesta sobre una muestra de 61 personas comprendidas entre las edades de 18-70 años para saber desde el punto de vista de estos consumidores que es lo que priorizan a la hora de comprar cosméticos:

Conocimiento de qué son los criterios ESG	25%
Prioriza que los productos estén hechos con materiales naturales	44%
Marca <u>más</u> conocida por la muestra	l’Oreal
Marca <u>menos</u> conocida por la muestra	Yves Rocher
Cuando compran los productos se fija en si son <i>cruelty free</i>	38%
No le importaría pagar un poco más por un producto 100% natural si sabe que ciertamente lo es	79%
Le das importancia al tema medioambiental a la hora de comprar	25%
Marca en la que más gastas	49,2% (l’Oreal)
No compraría l’Oreal si supiera que testa en animales	72,1%
Creen que las marcas se benefician del marketing medioambiental	96,7%
¿Qué entiende por fabricación de productos respetando el medioambiente?	Envases reciclables

En base a esta encuesta y sus resultados decir que saco como conclusión que la gente en definitiva no se fija en si los productos que compran están hechos con materiales naturales y respetando el medio ambiente además dicen que no seguirían comprando una marca si saben que testan en animales, pero para saberlo tienen que ver o localizar esa información de alguna manera por lo tanto falta más concienciación en este ámbito ya que tienes que informarte primero en si un producto es medioambiental o no, buscar información de la marca por ejemplo antes de comprar nada y en base a mi juicio la gente esto no lo hace. Para acabar, cuando les preguntas que entienden por producción de las empresas mitigando el impacto medioambiental se basan solamente en los envases y abarca muchas más cosas que esto.

IV. BIBLIOGRAFIA

- ¿Yves Rocher testa en animales? ¿Es una marca vegana? ⇨ Guia 2023. (2022, agosto 28). *Marcas Cruelty Free | Encuentra cosmética ética que no testa en los animales.* <https://marcascrueltyfree.com/marca/yves-rocher/>
- Communications. (2022, marzo 8). *¿Sabes qué es el índice Dow Jones Sustainability Index?* BBVA. <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/sabes-que-es-el-indice-dow-jones-sustainability-index/>
- Emprender Aprendiendo [@EmprendeAprendiendo]. (2019, diciembre 22). *¿Es una empresa o una ONG? | Caso The Body Shop.* Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=tMIsATTeLq8>
- España, Y. R. [@yvesrocheres]. (s/f). *Yves Rocher.* Youtube. Recuperado el 17 de mayo de 2023, de <https://www.youtube.com/shorts/zazCcLcjdTg>
- *Historia de Nuestra Marca.* (s/f). Thebodyshop.com. Recuperado el 17 de mayo de 2023, de <https://www.thebodyshop.com/es-es/nosotros/nuestra-historia/a/a00002>
- IdeaVegana. (2017, diciembre 1). *Tormenta sobre L'Oréal: testa en animales y pone sello "100% vegano".* Idea Vegana. <https://ideavegana.com/loreal-polemica-sello-vegano/>
- *La interesante historia de la inversión ESG.* (s/f). Inbestia.com. Recuperado el 17 de mayo de 2023, de <https://inbestia.com/analisis/la-interesante-historia-de-la-inversion-esg>
- *L'Oréal es reconocido como líder medioambiental a nivel mundial por CDP.* (2020, diciembre 14). L'Oréal. <https://www.loreal.com/es/latam/press-release/commitments/loral-es-reconocido-como-lder-medioambiental-a-nivel-mundial-por-cdp/>
- Montezzana, M. (2023, enero 10). *Qué son los Principios ESG y cómo Aplicarlos en una Organización.* Voxy. <https://voxy.com/es/blog/principios-esg/>

- *Our plastic packaging policy.* (s/f). Loreal.com. Recuperado el 17 de mayo de 2023, de <https://www.loreal.com/-/media/project/loreal/brand-sites/corp/master/lcorp/2-group/loreal-for-the-future-one-pagers-update-2022/en/our-plastic-packaging-policy--loreal-for-the-future.pdf?rev=1194903e9a4f414f84ccb191ee343573>
- Paris, L. (2020, septiembre 16). *Acerca de nosotros.* L'Oréal Paris. <https://www.loreal-paris.es/acerca-de-nosotros>
- *Qué son los criterios ESG y para qué sirven.* (s/f). Deloitte Spain. <https://www2.deloitte.com/es/es/blog/sostenibilidad-deloitte/2021/que-son-criterios-esg-para-que-sirven.html>
- *Resultados anuales 2022 de L'Oréal.* (2023, febrero 10). L'Oréal. <https://www.loreal.com/es-es/espana/news/finance/loreal-resultados-anuales-2022/>
- *Tests animaux et méthodes alternatives.* (s/f). Loreal.es. <https://interior-productos.loreal.es/nuestro-enfoque/nuestros-metodos-alternativos-la-experimentacion-con-animales>
- Tv, M. E. [@MundoEjecutivoTV]. (2023, marzo 30). *#loreal y su compromiso con la #sustentabilidad en el evento SEO #mundoejecutivo.* Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=oRAkcjPFPOk>
- Communications. (2022, octubre 13). *Cómo funcionan los fondos de inversión ESG o socialmente responsables.* BBVA. <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/como-funcionan-los-fondos-de-inversion-esg-o-socialmente-responsables/>
- Navarro, I. (2021, noviembre 1). *Fondos ESG: la rentabilidad es compatible con la inversión sostenible.* Forbes España; Forbes. <https://forbes.es/forbes-funds/117082/fondos-esg-cuando-la-rentabilidad-es-compatible-con-la-inversion-responsable/>

- *Shibboleth authentication request.* (s/f-a). Bvdinfo.com.
<https://sabi.r1.bvdinfo.com/version-20230105-3378-0/home.serv?product=SabiNeo&>
- Camús, E. P. (2023, febrero 20). Greenwashing ¿Qué es y cómo funciona? [Ejemplos]. *Bloo Media. Agencia tecnológica de marketing digital.*
<https://bloo.media/blog/greenwashing/>
- FAADA. (2021, mayo 31). *China elimina la obligación de experimentar en animales en los cosméticos generales.* Fundación FAADA. <https://faada.org/actualidad-1483-china-elimina-la-obligacion-de-experimentar-en-animales-en-los-cosmeticos-generales>
- *Ayudas y subvenciones.* (s/f). Gob.es. Recuperado el 8 de junio de 2023, de <https://www.miteco.gob.es/es/biodiversidad/ayudas-y-subvenciones/default.aspx>
- *Buscador de convocatorias - Fundación Biodiversidad.* (2022, agosto 20). Fundación Biodiversidad. <https://fundacion-biodiversidad.es/buscador-de-convocatorias/>
- Celorio, Á. (2021, abril 15). *Así es el Programa LIFE: el fondo que protege la biodiversidad y el medio ambiente en la Unión Europea.* LaSexta. https://www.lasexta.com/noticias/internacional/europa/asi-programa-life-fondo-que-protege-biodiversidad-medio-ambiente-union-europea_2021041360781cd630afd30001d6a97f.html

V. CONCLUSIONES

En el siguiente trabajo he intentado dar respuesta a la pregunta de si las empresas a la hora de aplicar el criterio medioambiental son más rentables y si lo son, porque no hay tantas empresas green como debería.

Para empezar a dar la respuesta definitiva a mi estudio decir que he analizado las tres organizaciones y en base a los resultados comparados y en análisis de las diferencias finalmente decir que la que más criterios ESG aplica es Yves Rocher España SAU, la que más criterios medioambientales aplica es The Body Shop SA y la que menos criterios aplica de todos es l'Oreal España SA.

De las tres empresas la que más pérdidas esta teniendo a nivel de filial es Yves Rocher hecho que he concluido que es por las grandes inversiones que tiene que hacer a la hora de mantener sus campos de cultivo, las tiendas y en definitiva por el hecho de encargarse ellos mismos de todo el ciclo productivo de su actividad económica; y su propia fundación. Además, al ver los resultados consolidados del grupo y ver que ha tenido beneficios he supuesto que las pérdidas de la filial de España vienen dadas por las operaciones entre las empresas del grupo como prestación de dinero de la filial de España a la filial francesa, por ejemplo. Comentar también que Yves Rocher es de las tres la única que no cotiza en bolsa hecho que también desde un punto de vista bursátil le afecta porque al no estar dentro de ésta no es una empresa digamos tan reconocida como las otras dos.

Por otro lado, la que mejores resultados ha tenido a nivel general ha sido l'Oreal, la empresa que menos criterios ESG y medioambientales aplica. Esta empresa abarca dentro de ella muchas otras marcas de las cuales tiene grande reconocimiento mundial. Además, de las tres es la que más invierte en publicidad y marketing empresarial ya que tiene mucho más margen de beneficio que las otras dos. Es un ejemplo de empresa que podríamos decir se esta beneficiando del marketing green en base a resultados cuando aún le faltaría implementar más criterios medioambientales porque aplica pocos.

Por último, The Body Shop es el claro ejemplo de empresa *green* con beneficios (sin tener en cuenta el periodo pandemia). Es una empresa que a lo largo de los años ha tenido beneficios de forma favorable y sus ventas cada vez están aumentando más. La idea de negocio que tienen es innovadora, eficiente y producen sin dañar el medioambiente. Sus ratios no son tan positivas como en el caso l'Oreal, pero en términos generales la filial The Body Shop España ha tenido muy buena evolución y pese a tener una caída de ventas en 2021 seguramente se habrá recuperado en 2022.

En términos del estado comentar solamente que es cierto que hay planes de cofinanciación hacia proyectos sostenibles, pero no creo que sean suficientes para cubrir la cantidad de inversión que se dejan realmente las empresas en investigación medioambiental como en el caso de *The Body Shop* o *Yves Rocher*, además tienen que ser proyectos muy puntuales y, por supuesto, que al estado le interese para que te den dicha subvención.

Para terminar, decir que las empresas sostenibles son una nueva forma de negocio rentable y es una buena captación tanto de inversores como de clientes concienciados con el medioambiente con los cuales podemos poner en común las prácticas de un desarrollo sostenible eficiente y una mejora continua en el bienestar tanto humano como medioambiental.

VI. ANNEXOS

1. Respuestas contactos empresas

- **L'OREAL**



Hola Mónica,

Muchas gracias por el interés mostrado en nuestra compañía. Sin embargo, debido al gran volumen de solicitudes que recibimos, no podemos responder a consultas individuales. Te sugiero que visites nuestros sitios web corporativos y de marca, que contienen una gran cantidad de información que espero que te sea útil.

Gracias por tu interés en nuestra compañía. Te deseamos lo mejor con tus estudios.

De nuevo, gracias por contactarnos.

Atentamente,

Servicio Atención Consumidores

L'Oréal Paris

- **YVES ROCHER**

De Yves Rocher para Mónica



Yves Rocher <contact@cr.yves-rocher.es>

para mí ▾

Estimada Mónica

Te agradecemos el interés en nuestra marca Yves Rocher.

Te invitamos a que consultes nuestra página para recopilar la información:

<http://www.yves-rocher.es/control/dynpage/~struct=special/~page=espacio-marca/>

Aprovechamos para desearte mucho éxito en el desarrollo de tu proyecto.

Estamos a su disposición en atencion_al_cliente@yrnet.com.

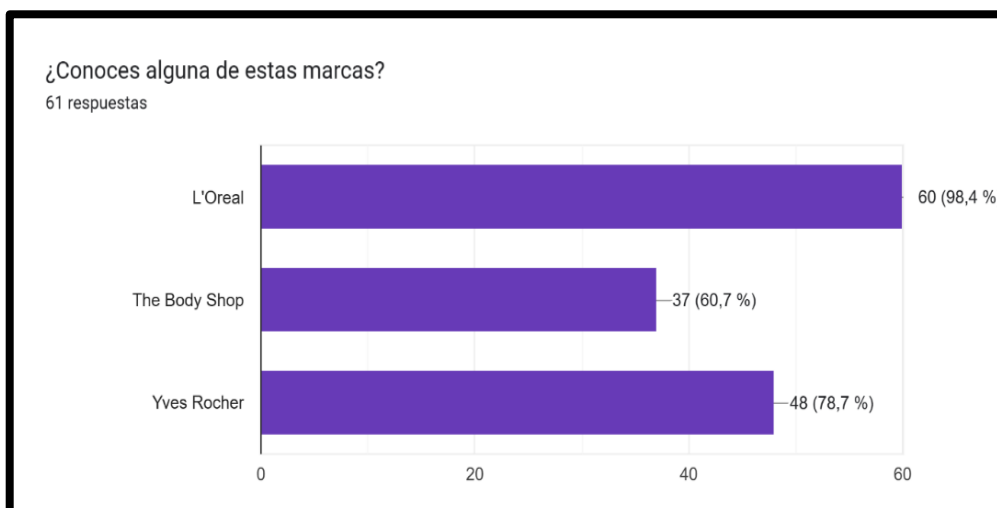
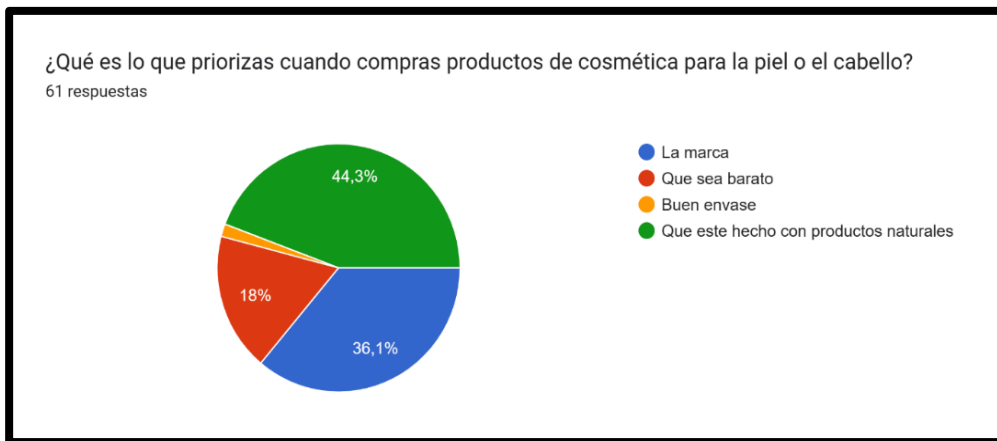
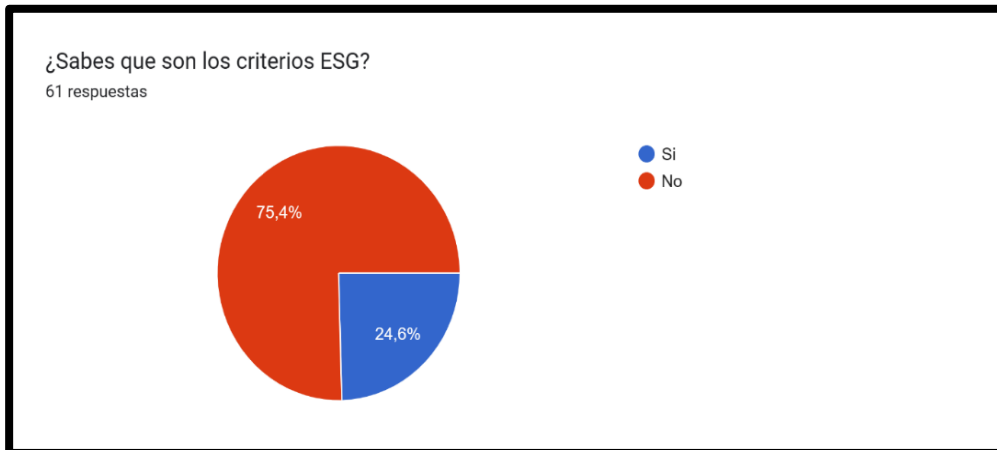
Reciba un cordial saludo.

Pilar

- **THE BODY SHOP:**

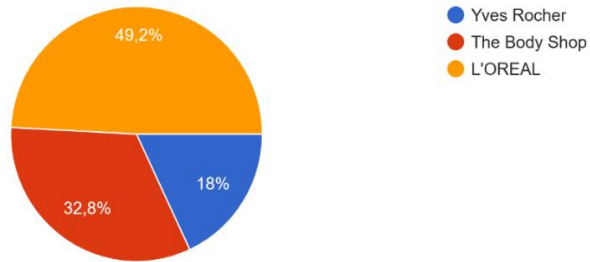
→ Sin respuesta

2. Encuesta Consumidores



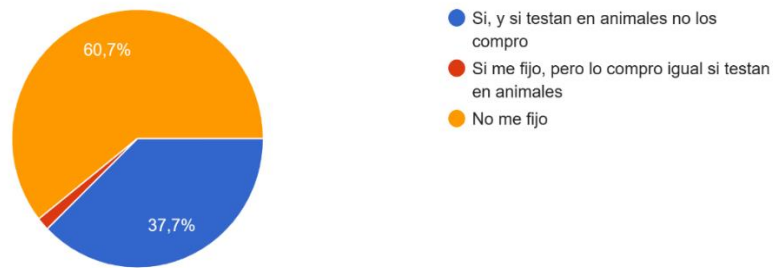
¿De estas marcas cual es en la que más gastas o más te gusta?

61 respuestas



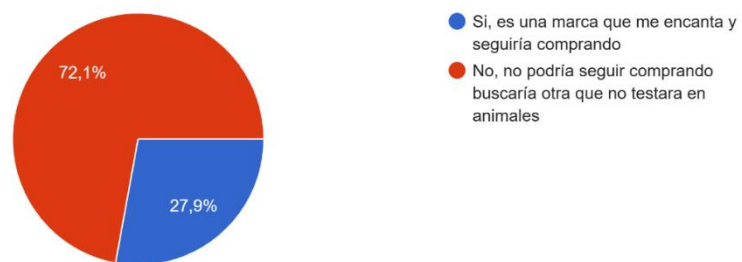
¿Te fijas si los productos que compras son cruelty free?

61 respuestas



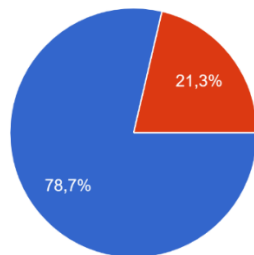
¿Si te dijera que L'Oreal no es cruelty free seguirías comprando sus productos?

61 respuestas



¿Pagarías un poco más por un producto cosmético 100% natural o preferirías seguir con el de siempre aún sabiendo que no está compuesto por materiales naturales?

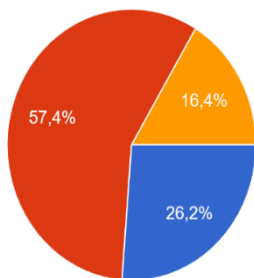
61 respuestas



- Si, no me importaría pagar un poco más si sé que está ayudando al medio ambiente
- No, si son mas caros no compraría

¿Sinceramente, le das importancia al tema medioambiental?

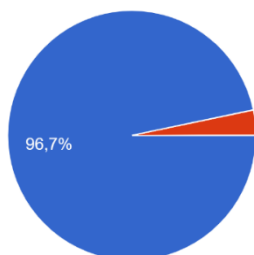
61 respuestas



- Si, intento comprar productos con envases reciclados o 100% naturales
- Si, pero me cuesta fijarme en que marcas son naturales y cuales no y acabo comprando lo que me gusta simplemente
- No, compro fijándome en el precio y la marca que me gusta simplemente

¿Crees que hay marcas que se están aprovechando del marketing medioambiental o greenwashing para llegar a más segmentos de clientes?

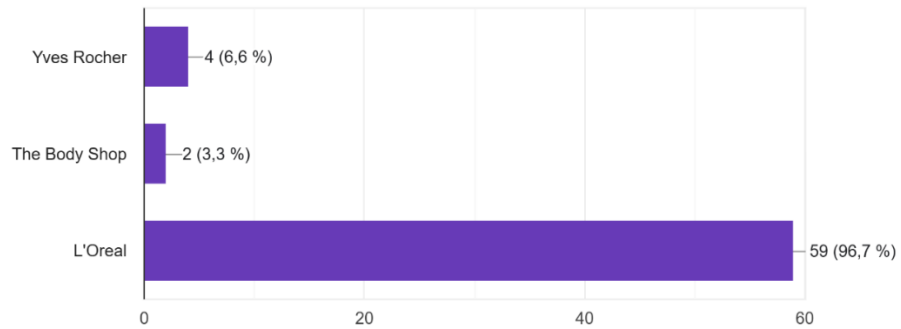
61 respuestas



- Si
- No

¿Qué marca crees que tiene más reconocimiento gracias a la publi de las redes sociales o TV?

61 respuestas



Cuándo te digo: empresas que producen respetando el medio ambiente; ¿Qué entiendes que es?
Ejemplo respuesta: Uso de plásticos reciclados para los envases.

61 respuestas

Envases que no contaminen y que se puedan reciclar y sin testear en animales

Nada procedente del animal

Utilizar productos que no en el embalaje o producto a consumir que sea bueno para el medio ambiente

Producción del producto responsable según el consumo y la demanda

Que intentan minimizar el impacto que tiene su producción

Depuran el agua para poder reutilizarla, reducen la creación de nuevos residuos y reducen la emisión de gases en la atmósfera.

Usar productos naturales

Son empresa que que se preocupan por no dejar huella medioambiental