**En el marco de la semana del cambio climático de las Naciones Unidas, Mars presenta sus compromisos de sostenibilidad a nivel global**

**Grant Reid, CEO de Mars: “La industria debe ser parte de una solución global en el cambio climático y las amenazas sociales”**

* *El CEO Global de Mars Incorporated, Gran Reid, declara que el motor de la actividad económica mundial, así como su cadena de suministro, no funciona, por lo que se precisa de la colaboración y esfuerzo colaborativo y transformador del sector para arreglarlo. Reid mantiene que el cumplimiento de los Objetivos Globales de Dessarrollo de las Naciones Unidas, así como el Acuerdo de París, exige la adopción de una perspectiva más amplia en la que se tengan en cuenta, más allá de ámbito de las operaciones directas, las repercusiones sociales y medioambientales del sector.*
* *Reid explica que, en este marco, Mars lanza su plan “Sustainable in a Generation” (Sostenible en una generación), en el cual invertirá más de mil millones de dólares en los próximos años, con el objetivo abordar amenazas más urgentes que abarcan el cambio climático, pobreza existente en la cadena de suministro y escasez de recursos.*
* *M&M’S****,*** *una de las marcas más icónicas del mundo, redobla sus esfuerzos para hacer que el consumidor se involucre en la resolución de los problemas que afectan a la sostenibilidad.*

**Barcelona, 7 de septiembre de 2017** - Grant F. Reid, CEO de Mars Incorporated, ha declarado hoy que el sector necesita liderar un movimiento de “cambio transformador” con el objetivo de mitigar las amenazas más urgentes a las que se enfrentan el planeta y sus habitantes.

Con vistas a la celebración de la Asamblea General y la Semana del Cambio Climático de las Naciones Unidas, que tendrá lugar este mes en Nueva York, Reid afirma que nunca había pesado tanta responsabilidad sobre el sector: *“Si queremos ser capaces de cumplir con los objetivos acordados en Paris y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (SDGs) de las Naciones Unidas, ha de producirse un cambio de enormes dimensiones. Si bien muchas empresas hemos estado trabajando para ser más sostenibles, el nivel de progreso actual no es suficiente.*

*“En Mars llevamos cuatro generaciones operando y pretendemos seguir otras cuatro, como mínimo, y la única manera de que esto ocurra es hacer las cosas diferentes para garantizar un planeta saludable y que todas las personas en nuestra cadena de suministro tengan la oportunidad de prosperar.”* Reid pone como ejemplo la eliminación de los gases de efecto invernadero, en el que muchas empresas, incluida Mars, han hecho grandes avances para reducir las repercusiones que tienen sus propias operaciones directas, pero no los suficientes en las cadenas de suministro.

Reid añade: *“Pero hoy en día*, la información científica que disponemos sobre el cliema en la actualidad está muy clara y percidinmos mejor que nunca qué problemas medioambientales y sociales existen en nuestra cadena de suministro, por lo que la intervención *debe ser mucho más audaz. Es el momento de que las empresas reevalúen su papel y responsabilidad ante la evidencia".*

Como respuesta a estos retos, [Mars ha anunciado hoy su plan “Sustainable in a Generation”](https://youtu.be/02D3O2EHw2A) (Sostenible en una Generación). Este plan incluye una serie de ambiciosos objetivos de gran alcance, apoyados por la ciencia, y con la determinación de crear un impacto real a través de su cadena extendida de suministro. Para esto, **Mars invertirá aproximadamente mil millones de dólares en su plan, que** se centra en las áreas en las que Mars puede realmente impactar en los grandes problemas mundiales, tal y como definen los Objetivos de Desarrollo Sostenible (SDGs) de Naciones Unidas. El plan esboza tres ambiciones interconectadas:

* **[Planeta Sano:](https://www.youtube.com/watch?v=krBzoYYpI3g)** con la ambición de reducir los impactos medioambientales en línea con lo que dice la ciencia que es necesario para mantener el planeta sano, se focalizarán en acciones climáticas, administración de agua y tierras. Por ejemplo, Mars se propone reducir la emisión de gases de efecto invernadero a través de toda su cadena de valor al 67% para el año 2050, con lo que se autoimpone un nivel de exigencia muchísimo mayor que el que hasta ahora se aplicaba para reducir las emisiones de sus operaciones.
* **[Hacer prosperar a las personas:](https://www.youtube.com/watch?v=IW_SmNRkyWM)** con la ambición de mejorar significativamente la vida laboral de **un millón de personas de su cadena**, se focalizarán en incrementar ingresos, respetando los derechos humanos y desbloqueando oportunidades para las mujeres. Por ejemplo, han lanzado el Fondo de Subsistencia para la Agricultura Familiar (Livelihoods Fund for Family Farming) para fomentar la sostenibilidad y la reducción de la pobreza en la cadena extendida de suministro, y el Laboratorio de Ingresos para los Agricultores (Farmer Income Lab), un comité de expertos centrados en generar ideas y proyectos que ayuden a erradicar la pobreza de pequeños agricultores.
* **[Alimentando el Bienestar:](https://www.youtube.com/watch?v=XnIZ--CMMmI)** esta intención recae en promover la actividad científica, la innovación y la comercialización de los productos para ayudar a millones de personas y sus mascotas a tener una vida más sana y más feliz. Esta iniciativa tiene su continuidad en las tareas que Mars lleva a cabo en la actualidad en materia de seguridad alimenticia, renovación de productos e ingredientes, así como un marketing responsable.

El CEO de Mars agrega: *“Lo hacemos porque es lo correcto y necesario, creemos que crear beneficios recíprocos para las personas en nuestra cadena de suministro y mitigar nuestro impacto sobre el medio ambiente son acciones empresariales sólidas. Además, sabemos que nuestros consumidores son también conscientes de esta problemática y se preocupan cada vez más sobre estos temas.”*

Durante la Asamblea General de las Naciones Unidas, Mars revelará sus planes para comprometer a inspirar a los consumidores sobre este importante tema, a través de una de sus grandes marcas: M&M’s. La nueva campaña aprovecha el gran alcance de las marcas de Mars para transmitir y defender el poder de las energías renovables y la necesidad de actuar para abordar el cambio climático.

Mars adquiere suficiente energía eólica para compensar la electricidad necesaria para la producción de todos sus M&M’s en Estados Unidos. La energía renovable también juega un papel importante en el plan “Sustainable in a Generation” y dos de sus mercados clave (Estados Unidos y Reino Unido) ya la utilizan 100% en todas sus operaciones, con el objetivo de que nuevos mercados le sigan en 2018.

Mars lleva ya mucho tiempo trabajando en la sostenibilidad, ayudando a crear un frente unido y global para actuar sobre el cambio climático. La empresa se manifestó en la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP22) el año pasado en Marrakech al firmar una carta que instaba a los líderes globales a comprometerse al Acuerdo de París sobre el clima, y también [en 2016 lanzó su parque eólico Moy en Escocia](https://www.youtube.com/watch?v=FxszYf6gcQk), para generar electricidad renovable equivalente a todas las operaciones de la compañía en el Reino Unido.

Barry Parkin, Director de Sostenibilidad, Salud y Bienester dijo: *“Sabemos que no podemos crecer y prosperar a menos que el planeta, la gente y las comunidades en las cuales nos apoyamos estén sanos y prosperando. Haciendo lo que es correcto, y no solamente haciéndolo mejor, es el corazón de este plan, que implica empujar los límites y extender nuestras sólidas ambiciones a través de toda nuestra cadena de suministro.*

Para saber más sobre el Plan “Sustainable in a General”, podéis visitar:

<http://www.mars.com/global/sustainable-in-a-generation>

Materiales audiovisuales:

* *Video de Presentación de Grant F. Reid, CEO de Mars: <https://youtu.be/02D3O2EHw2A>*

**Acerca de Mars, Incorporated**

Mars es un negocio familiar con más de un siglo de historia ofreciendo diversos productos y serivicios para las personas y las mascotas que aman las personas. Con casi 35.000 millones de dólares en ventas, la compañía es una empresa global que produce algunas de las marcas más apreciadas del mundo: M&M’S®, SNICKERS®, TWIX®, MILKY WAY®, DOVE®, PEDIGREE®, ROYAL CANIN®, WHISKAS®, EXTRA®, ORBIT®, 5™, SKITTLES®, UNCLE BEN’S®, MARS DRINKS y COCOAVIA®. Mars también provee servicios de salud veterinaria que incluyen los Hospitales BANFIELD®. Con sede en McLean, VA, Mars opera en más de 80 países. Los cinco principios de Mars; Calidad, Responsabilidad, Mutualidad, Eficiencia y Libertad; inspiran a sus más de 85.000 asociados (empleados) a crear valor para todos sus socios y seguir creciendo sosteniblemente.

Para más información puede visitar:  [www.mars.com](http://www.mars.com/). Síguenos en  [Facebook](https://www.facebook.com/Mars/), [Twitter](https://twitter.com/MarsGlobal), [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company-beta/1544/), [Instagram](https://www.instagram.com/marsglobal/) y [YouTube](https://www.youtube.com/user/Mars).

**Contacto de prensa:**

Agustina Salazar

Corporate Affairs Mars en España

[agustina.salazar@effem.com](mailto:agustina.salazar@effem.com)

Núria Picas / Marta Llibre

[marsiberia@teamlewis.com](mailto:marsiberia@teamlewis.com)

LEWIS Global Communications

T:  +34 935 228 600