

LA HUELLA DE CARBONO Y LAS EMPRESAS: REFLEXIONES EN LA ACTUAL COYUNTURA



ALFREDO ESTRADA
Director del Centro Interdisciplinario de Desarrollo Sostenible e Innovación Universidad de Lima

A pesar de la drástica reducción de la actividad humana debido a la crisis por la COVID-19, la crisis climática continúa. Según el Informe sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2020 elaborado por la ONU, el 2019 fue el segundo año más cálido registrado y el final de los más cálidos de la década 2010-2019. El informe indica que para alcanzar el objetivo máximo de 1,5° de incremento de la temperatura global, la emisión de gases de efecto invernadero debe comenzar cayendo un 7,6 % cada año a partir de 2020.

Sin embargo, para el año 2019, la caída ha sido del 6 %. En este escenario, la necesidad de una acción de las empresas es urgente; esta acción debe tener la finalidad de evitar efectos mucho mayores que los generados por la misma pandemia.

Un aspecto de análisis importante es que las empresas vean el contexto actual de la pandemia como una oportunidad para que se reevalúen y construyan sus nuevos modelos de negocios basados en estrategias más resilientes. Esto exige un cambio de paradigma, las empresas deben ser conscientes de que se ha llegado a un punto de inflexión donde la sostenibilidad ambiental es uno de los impulsores de las nuevas ventajas competitivas que estas requieren para su continuidad. Uno de los mecanismos conducentes para lograr tales ventajas es la medición de la huella de carbono para la mejora en su gestión y la generación de externalidades positivas; coincidentemente, el mercado

exige cada vez más estas externalidades positivas en la actualidad. La oportunidad es clara.

Reducir la huella de carbono debe dejar de ser un proyecto futuro para convertirse en el primer punto de agenda de la reinversión empresarial que muchos sectores necesitan. Está comprobado que su reducción incide directamente, de manera significativa, en la disminución de costos y que facilita el ingreso a nuevos mercados. Por consiguiente, pone a la luz el comportamiento más responsable de la empresa y evidencia una propuesta de valor que incluye el impacto positivo en la sociedad.

La huella de carbono está relacionada con el cambio climático que ocasiona la emisión de gases de efecto invernadero, pero también con el desarrollo económico de los países (Adua et al, 2016). Las empresas deben responder a las "nuevas y buenas imposiciones del mercado"; sin lugar a dudas, la creciente demanda de una oferta de bienes y servicios responsables ambientalmente es una "imposición" que no se debe desestimar.

El incorporar la medición y mitigación de la huella de carbono en la agenda empresarial genera beneficios en diferentes ámbitos, tales como el mejoramiento de la imagen empresarial frente a clientes e inversionistas, capacidades para cumplir regulaciones ambientales, indicadores de ecoeficiencia, fortalecimiento de la reputación corporativa, entre muchos otros.

El compromiso de las empresas por medir la huella de carbono y tomar decisiones estratégicamente responsables al respecto impactará en los objetivos y metas relacionados con la agenda 2030, más aún cuando este impacto positivo ha de contribuir a la competitividad del país, sean multinacionales o pymes tales organizaciones (Chiu, 2015).

Finalmente, si bien se ha destacado que la huella de carbono es un indicador trascendental en esta nueva era empresarial y que convertirla en una práctica empresarial es el resultado de una transformación estratégica con enfoque de mercado, también es clave incidir en que esa transformación incluye un elemento de cultura empresarial que se debe reformular con igual urgencia. La cultura de forjar empresas con impacto generará estas transformaciones estratégicas. 🌱🌱🌱