

Walking the walk. Firms increasingly believe that saving the planet is good for business

Enviado por abirc en Vie, 06/26/2015 - 18:59

Cita:

The Economist [2015], "Walking the walk. Firms increasingly believe that saving the planet is good for business", *The Economist*, London, 6 de junio, <http://www.economist.com/news/business/21653620-firms-increasingly-belie...> [1]

Fuente:

The Economist

Fecha de publicación:

Sábado, Junio 6, 2015

Revista descriptores:

Empresas transnacionales y gobernanza mundial [2]

Estudios de caso: actividades - empresas [3]

Relaciones entre empresas estados y sociedad [4]

Tema:

Las acciones de algunas empresas europeas respecto las emisiones de CO2

Idea principal:

Seis grandes empresas de petróleo y gas de Europa pidieron el 1 de junio un precio coordinado a nivel mundial sobre las emisiones de dióxido de carbono, para frenar el impacto en el clima de la quema de combustibles fósiles. Hace cinco años nadie habría esperado que los productores de gran parte de los combustibles contaminantes en el mundo abogaran por el cambio a otros más limpios.

En 2009, muchos empresarios no estaban preocupados cuando en Copenhague no se logró un nuevo acuerdo que sustituyera al protocolo de Kioto, ahora tres cosas han cambiado: 1) el precio de las fuentes de energía renovable se ha reducido drásticamente, en particular la energía solar, y su participación en la generación de energía es cada vez mayor, 2) los consumidores se preocupan más que antes por el cambio climático, 3) los inversores se han percatado de los riesgos de ser propietario de empresas con activos y modelos de negocio susceptibles a la disminución de valor, debido a la llamada descarbonización, ya que algunos comienzan a desprenderse de los combustibles más sucios, como el carbón, para invertir en limpios.

Las empresas están cambiando sus insumos, procesos y el diseño de productos de repuesto, a la vez que ayudan a los proveedores a hacer lo mismo. L'Oréal, dice que sus emisiones de CO2 cayeron un 50% entre 2005 y 2014, incluso cuando su producción aumentó un 22%. Su objetivo para 2020 es una reducción del 60%. Para evitar contribuir a la deforestación, Unilever ya compra todo su aceite de palma (de la que es uno de los mayores usuarios del mundo) a través de un sistema de sostenibilidad auditado, y para el 2020 planea comprarlo de fuentes

certificadas.

El artículo incluye información de iniciativas "verdes" de empresas tan disímiles como son: Ikea, empresas medianas de Italia, E.ON, ENEL, BMW, Renault, Kering. Las empresas invierten en uso eficiente de la energía, sustitución de combustibles contaminantes y cadenas de aprovisionamiento. Distintas fuentes evalúan que esas iniciativas mejoran la posición de las empresas a través de mejoras en su reputación y trabajadores motivados. Se plantea la pregunta si los mejores desempeños de las empresas implicadas, reflejan beneficios de las iniciativas verdes o son el resultado de una mejor administración.

Las seis empresas energéticas europeas piden que el precio del carbono sea eficaz, dicen que si en la conferencia de París se logra poner uno, se sumará a sus costos. Sería Proporcionar una ruta clara para sus futuras inversiones. La idea de reducir la depredación ambiental se abre camino entre los directores de las empresas.

Datos cruciales:

CDP consultoría que da seguimiento al desempeño ambiental de 5,000 empresas en todo el mundo www.cdpla.net ^[5]

Nexo con el tema que estudiamos:

Las iniciativas verdes crean margen de maniobra para las empresas, tanto frente a los costos crecientes de las energías fósiles, como ante la resistencia de accionistas y organizaciones ciudadanas que exigen un cambio en el modo en que las empresas realizan su producción, depredando fuertemente el medio ambiente. Esta tendencia está plenamente instalada como parte de los dispositivos de la llamada "responsabilidad social" y habría que evaluar si, y en qué medida, se evita o se reduce el daño ambiental de las actividades empresariales.

Source URL (modified on 6 Agosto 2015 - 2:44pm): <http://let.iiec.unam.mx/node/244>

Links

[1] <http://www.economist.com/news/business/21653620-firms-increasingly-believe-saving-planet-good-business-walking-walk>

[2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/14>

[3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/16>

[4] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/20>

[5] <http://www.cdpla.net>