

La descarbonización es un esfuerzo colectivo

Las organizaciones pueden aumentar sus esfuerzos de manera exponencial trabajando juntas

🕒 Leer 5 minutos

Los grandes problemas requieren grandes soluciones.

Ese es el motivo por el cual un número cada vez mayor de empresas líderes están aumentando notablemente sus objetivos para abordar el enorme desafío del cambio climático. Además de establecer procesos y metas de descarbonización dentro de sus propias empresas, se están uniendo para alcanzar mayores logros de una manera más rápida.

Cada vez más, las empresas se están dando cuenta de que los objetivos de descarbonización que se han fijado para sus propias operaciones, a pesar de ser sumamente importantes y ambiciosos, podrán tener un impacto mucho mayor cuando ejerzan influencia en sus cadenas de suministro. Al alentar, ayudar y exigir a las personas con las que realizan negocios que sigan su ejemplo, el impacto de los esfuerzos de una empresa aumenta de manera exponencial.

La fuerza de la acción colectiva y unida en materia de cambio climático se ha impuesto. Como consecuencia, «la idea de una acción global rápida y a gran escala ahora parece algo más que una mera quimera», afirma el informe anual de 2021, State of Green Business, elaborado por el Grupo GreenBiz y S&P Global.

Sólo un indicador: Más de 1000 empresas de todo el mundo están liderando en la actualidad esfuerzos para lograr las emisiones cero de carbono ajustando los objetivos de reducción de emisiones a través de la iniciativa de objetivos basados en la ciencia (SBTi, por sus siglas en inglés). Entre estos participantes, más de 450, incluido Steelcase, han avanzado hacia un nivel de desafío mayor: alinear sus reducciones de emisiones con el Acuerdo de París al nivel necesario para limitar el calentamiento global a 1,5°C.

Aprovechando la escala masiva

El gigante holandés de la electrónica Royal Philips se encuentra entre las principales organizaciones mundiales que se han comprometido con este esfuerzo global de alcanzar los 1,5°C. Royal Philips, reconocido y galardonado líder en sostenibilidad, logró la neutralidad en emisiones de carbono en 2020 y ahora obtiene el 100% de su electricidad de fuentes renovables. Además, se ha comprometido a obtener más del 75% de la energía total que consume de fuentes renovables para 2025. Extender su influencia por su amplia cadena de valor es una parte importante del compromiso pionero de la empresa en materia de sostenibilidad.

«El efecto dominó es clave para llegar rápidamente lo más lejos posible», afirma Robert Metzke, responsable de Sostenibilidad Global en Royal Philips. «Las empresas que asumen funciones de liderazgo comprometiéndose con objetivos basados en la ciencia pueden inspirar a otras dando ejemplo, compartiendo las prácticas recomendadas y constituyéndose en la voz de la razón ante el público general, los reguladores y los legisladores. En particular, desarrollar programas sólidos para las compras sostenibles tiene un importante «potencial de expansión» en las empresas multinacionales con cadenas de suministro que abarcan todos los continentes y llegan a millones de empresas y sus trabajadores. Como empresa líder en tecnología sanitaria, podemos contribuir de manera significativa a los grandes desafíos de nuestro tiempo».

«¿Qué cosa tan increíble!»

El centro neurálgico de Salesforce.com, Inc., cuya sede se encuentra en San Francisco, es otro de los primeros en adoptar objetivos agresivos de descarbonización como parte del esfuerzo mundial para limitar el calentamiento a 1,5°C. Al mismo tiempo, Salesforce también está incentivando su cadena de suministro para que trabaje en pro de un futuro descarbonizado.

«Vemos el medio ambiente como un actor clave y, por lo tanto, trabajamos para integrar la sostenibilidad en todas las áreas de nuestro negocio», explica Patrick Flynn, vicepresidente de Sostenibilidad de Salesforce. «Educamos y damos autonomía a nuestros socios comerciales para que implementen prácticas sostenibles en su trabajo siendo asesores de confianza y garantizando que Salesforce siga estando a la vanguardia de los pensadores más importantes en materia de cambio climático».

Como proveedor y cliente de Steelcase, el compromiso de Salesforce con la descarbonización ha inspirado acciones bidireccionales que han fortalecido de manera significativa la relación entre las dos empresas.

«Debemos llevar a cabo una acción climática audaz e inmediata, y esta será más eficaz si trabajamos junto con nuestros clientes y proveedores», indica Flynn. «Es por eso por lo que nos hemos comprometido públicamente a colaborar con nuestros proveedores que representan el 60% de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero de Alcance 3 (cadena de valor) para que establezcan sus propios objetivos basados en la ciencia para 2024... Si esos proveedores establecieran sus propios objetivos de Alcance 3, etc., podríamos ver cómo el impacto se extendería por la cadena de suministro. ¡Qué cosa tan increíble!».

“Comprendemos en profundidad los desafíos que los demás pueden afrontar y vemos la oportunidad de poder generar un mayor impacto ayudando a nuestros clientes, compañeros y socios a solventarlos”

PATRICK FLYNN | Vicepresidente de Sostenibilidad de Salesforce

Citando la relación entre Salesforce y Steelcase como un excelente ejemplo de cómo los esfuerzos colectivos «generan juntos un impacto significativo que va más allá de los límites propios y fomentan un verdadero efecto dominó», Flynn está seguro de que pensar a lo grande es una obligación urgente de las iniciativas de sostenibilidad en la actualidad. Las corporaciones, sostiene, «deben ir más allá del enfoque metódico, de un pie delante del otro y, en lugar de eso, centrarse en cómo trabajar juntas con nuestros talentos únicos para abordar las necesidades urgentes del planeta y crear un planeta saludable para todos».

Como en cualquier asociación sólida, cuando las empresas alinean sus esfuerzos y objetivos surge una valiosa reciprocidad. «Gracias a que nos esforzamos por lograr nuestros propios objetivos, comprendemos en profundidad los desafíos que los demás pueden afrontar y vemos la oportunidad de poder generar un mayor impacto ayudando a nuestros clientes, compañeros y socios a solventarlos», afirma Flynn.

Animando a otros a unirse

Otra parte importante del plan de descarbonización de Steelcase es garantizar la participación de los proveedores para 2025 e interactuar con los clientes para identificar formas de ayudarles a alcanzar sus objetivos compartiendo las prácticas recomendadas, desarrollando nuevas ofertas de productos y satisfaciendo las nuevas expectativas de las empresas con las que deseen seguir haciendo negocios en el futuro.

«Sabemos que abordar el cambio climático requiere una acción colectiva», apunta Maeve Tروف, supervisora de energía, clima y renovables de Steelcase. «Por eso nuestro plan también implica animar a otros a unirse a nosotros en este viaje».

En todo el mundo, un número cada vez mayor de líderes corporativos tiene la certeza de que el futuro nos impide aceptar menos que eso.

Para conocer más sobre los esfuerzos de Steelcase para enfrentarse al cambio climático y cómo anima a otros a seguir el mismo camino puedes ir a: www.steelcase.com/eu-es/personas-planeta/.