

## **Empresas: sin medioambiente no hay futuro**

Por Pascual Berrone  
e-business Center PwC&IESE  
30/04/2008



Centenares de asociaciones luchan activamente para proteger las especies amenazadas, millones de niños participan en actos a favor de la ecología, menudean los pronósticos científicos que alertan del cambio climático, influyentes organizaciones globales denuncian a los responsables de la contaminación, políticos prestigiosos como Al Gore e instituciones como la ONU o la Unión Europea impulsan todo tipo de iniciativas para la sostenibilidad del planeta...

Los clientes exigen cada vez más a los proveedores el respeto al medioambiente y asumen políticas de reciclaje, cuya ausencia se torna cada vez menos excusable. Paralelamente los gobiernos comienzan a legislar bajo el principio de quien contamina paga. En España, la Ley de Responsabilidad Ambiental, aprobada el pasado 23 de octubre, contempla sanciones de hasta dos millones de euros, incluyendo la paralización de la actividad hasta dos años en los casos más graves. Es una tendencia al alza en todo el mundo.

Los ciudadanos están cada vez más sensibilizados y el cumplimiento de las leyes se hace más estricto. Ninguna empresa puede ignorar esta eclosión mundial de lo verde porque si su actividad se percibe como una amenaza para la sostenibilidad pierde su legitimidad y por tanto desaparece su razón de ser.

Una de las claves para evitar estos riesgos es la implantación de sistemas de gestión medioambiental, que en primer lugar deben evaluar el impacto de sus actividades a través de auditorías externas que identifiquen los puntos críticos y certifiquen la bondad de las medidas correctoras, siempre de acuerdo con ciertos estándares, como las normas ISO 14000. Sin embargo, es necesario prevenirse contra las promesas demasiado simplistas: estas medidas nunca son milagrosas y por sí solas no garantizan la reducción del impacto medioambiental ni aseguran una favorable incidencia en los resultados financieros. El éxito en ambos objetivos depende también de un conjunto de factores y retos que la empresa debe solventar. Entre ellos, la dificultad de contar con una cadena completa de abastecimiento medioambientalmente responsable, la existencia de prioridades estratégicas contrapuestas, la ausencia estándares medioambientales, la escasez de personal cualificado o, incluso, la eventual incapacidad del mercado para reconocer el verdadero valor de esta estrategia.

### **Las tecnológicas, punteras**

En realidad estos desafíos exigen una importante capacidad de innovar. La están demostrando ya los proveedores punteros del hipersector de las tecnologías de la información que, según Gartner, son responsables del

2% de la emisión de dióxido de carbono del planeta. Esta consultora ya avanzó en su día que la estrategia de sostenibilidad sería una preocupación prioritaria para los fabricantes de equipos informáticos, móviles y dispositivos electrónicos.

El rosario de medidas que este año anuncian compañías como Intel, Sun, IBM, HP, Nokia, Toshiba y tantos otros proveedores confirma este pronóstico. Así lo ha reconocido Greenpeace, cuyo informe verde 2008 coloca a Samsung en el puesto de líder del comportamiento ecológico y cita al fabricante de videoconsolas Nintendo como el farolillo rojo de empresas de su sector.

Esta nueva sensibilidad ecológica del hipersector de las TIC afecta a muchos ámbitos. Por ejemplo, a los grandes centros de datos corporativos. Hace algunos años su consumo de electricidad apenas era tenido en cuenta pero en la actualidad la consultora IDC estima que esta partida representa la mitad del gasto anual de estos centros y augura que en un par de años ascenderá al 70%. Para aminorar este problema los proveedores han desarrollado tecnologías innovadoras, como la virtualización de los servidores, que optimiza su rendimiento y disminuye el consumo.

### **España, rezagada pero no ausente**

Las estrategias de sostenibilidad de las empresas españolas van rezagadas en relación con la media europea y aún más si se comparan con los esfuerzos medioambientales de las empresas nórdicas. Sin embargo se observa una tendencia favorable al cambio, especialmente en el sector de la energía, en el que España puede mostrar éxitos como el 20% de electricidad que se obtiene actualmente mediante la tecnología eólica. Y las iniciativas medioambientales se multiplican. Recientemente se ha puesto en marcha en nuestro país el FTSE4Good, un índice del IBEX que mide las inversiones socialmente responsables de las empresas españolas que cotizan en Bolsa.

A tenor de los debates en eventos especializados –como el Foro BP de Energía y Sostenibilidad 2008, que tuvo lugar el pasado mes de abril– crece la conciencia de que la demanda de tecnologías que ayuden a cumplir los objetivos de reducir carbono para conseguir la reducción de emisiones de un 25 a un 40% en los países ricos antes de 2020, comportará importantes oportunidades de negocio.

En este contexto, el reto para nuestros emprendedores consiste en crear empresas realmente innovadoras, que provean las correspondientes tecnologías, productos y servicios. Su necesidad es patente y contempla desde la mejora del *packaging* hasta encontrar materiales no contaminantes que sustituyan a los tóxicos, pasando por el reciclaje de materiales o el acortamiento de los tiempos de proceso. A su vez, eso significa más y mejores oportunidades para nuestros investigadores y profesionales cualificados, que deberán ayudarnos a librar ganar la batalla medioambiental.