



Del toque verde al verde total

YA SEA POR EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA, PRESIÓN SOCIAL, REDUCCIÓN DE COSTES O COMPROMISO, LAS COMPAÑÍAS COMIENZAN A INVOLUCRARSE ACTIVAMENTE EN LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

JAVIER RICO

Dentro de un mes (el día 29 de marzo), la ONG ecologista WWF organizará *La hora del planeta*, uno de los eventos de mayor repercusión mundial que busca concienciar con un apagón de luces de una hora a millones de personas sobre la amenaza ambiental más acuciante: el cambio climático. Entre otras entidades y organismos, el pasado año 40.000 empresas en todo el mundo y 500 en España (entre ellas, el Grupo PRISA, editora de El País) se sumaron a esta cita con algún gesto simbólico o con un compromiso de acción más continuado encaminado a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero en particular y a la minimización del impacto ambiental de la compañía en general.

La colaboración puntual en campañas de este tipo es uno de los muchos marcos en los que las empresas demuestran y cumplen con su compromiso de conservación y protección del entorno. Tanto la legislación como la presión popular han hecho que den pasos continuos para mejorar las repercusiones que tienen sus actividades en el consumo y desecho de recursos.

Herramientas no les faltan: sistemas de gestión ambiental y energética (ISO 14001, ISO 50001, EMAS, entre otros); etiquetas o certificación

sostenible (ecoetiqueta europea, FSC y PEFC para productos forestales; MSC para los de la pesca...); memorias de sostenibilidad, acuerdos de colaboración (ONG y empresa, clientela y empresa...); socios en programas europeos (Life+, Intertreg, Intelligent Energy, MED, entre otros); análisis del ciclo de vida y/o de la huella de carbono, etcétera. Desde Ainia Centro Tecnológico, una de las entidades a las que acuden muchas empresas (500 en 2012), entre otras razones para mejorar su balance ambiental, Andrés Pascual, jefe del departamento de medio ambiente, añade que "es cierto que la legislación les obliga a adaptar sus procesos para reducir el impacto, pero también se empiezan a dar cuenta de que si aplican otras tecnologías reducen los costes económicos, por ejemplo en el tratamiento de aguas y residuos".

EMISIÓN DE GASES

CDP, en su origen denominado Carbon Disclosure Project, es un sistema global e independiente a través del cual miles de empresas de todo el mundo informan sobre sus emisiones de gases de efecto invernadero, uso de agua y evaluación de los riesgos y oportunidades del cambio climático. Paul Simpson, su director general, afirma que "el argumento económico para la acción se está fortaleciendo", y pone como ejemplo

un informe (*The 3% solution*) realizado con WWF que muestra que el sector empresarial de Estados Unidos podría reducir sus emisiones en un 3% al año entre 2010 y 2020 y como resultado obtener 780.000 millones de dólares (568.000 millones de euros) en ahorros netos. "El 79% de las empresas de Estados Unidos que responden a CDP declararon mayores retornos de las inversiones tras aplicar políticas de reducción de emisiones que la media de inversiones empresariales".

Desde hace décadas, el sector de la agricultura y la ganadería ecológica demuestra que se pueden emprender proyectos empresariales en los que el cuidado, escrupuloso de la huella ambiental sea uno de sus puntos de partida. En España hay casi 33.000 operadores, entre productores, procesadores y comercializadores, y una superficie cultivada o de pastos que abarca 1,6 millones de hectáreas. A esta actividad se podría unir cierto ecoturismo. En este aspecto, Iberaves, una iniciativa de la Sociedad Española de Ornitología (SEO/BirdLife), fomenta y da formación a pequeñas empresas dentro del turismo de observación de aves, uno de los más importantes subsectores por explotar dentro del ocio en la naturaleza.

Otro ejemplo reside en el sector de las energías renovables, donde, a

Parque natural de Somiedo, en Asturias, declarado reserva de la biosfera por la Unesco.

El valor de los nuevos emprendedores

Aparte del desempeño ambiental de las empresas ya consolidadas, hay iniciativas como las de Enviroo (portal de empleo, formación y emprendimiento verde) que intentan canalizar los nuevos negocios hacia la economía verde. Durante uno de sus eventos, el GreenWeekend Barcelona, celebrado entre el 15 y el 16 de febrero, vieron premiadadas sus iniciativas un proyecto para eliminar las botellas de plástico, una tienda de autocreación de muebles ecológicos y una consultora que obtiene fertilizantes del agua depurada.

Por las cuatro ediciones de GreenWeekend han pasado cerca de 200 "emprendedores verdes". Agustín Valentin-Gamazo, director y fundador de Enviroo, lo define como "un evento que promueve de forma integral el emprendimiento, la innovación y la sostenibilidad, siendo una apuesta de RSC idónea para instituciones y empresas". Además sirve para que compañías como DHL y Unilever apoyen este tipo de iniciativas. "Los emprendedores verdes que desarrollan nuevos modelos de negocio medioambientales desde una óptica empresarial van logrando que se desarrollen proyectos escalables y que los recursos finitos dejen de serlo", destaca el fundador de Enviroo.