

PROYECCIONES 2022

Se trata de supervivencia

2022, año límite para que las empresas miren de frente el cambio climático

En Colombia, 24 de las 128 medidas que buscan lograr reducir el 51 % de las emisiones para 2030 están en manos de siete empresas. Además, 500 más se sumarán a la misión de ser carbono neutro para 2050. Este será el reto.

MARÍA MÓNICA MONSALVES.

mmonsalve@lespectador.com
@mariamonic91

En 2022, así como todos los años que vendrán, la agenda estará marcada por la crisis climática. Una discusión que, muchas veces, queda reducida a dos orillas: lo que deben hacer los políticos, como líderes de los países, para afrontarla, o cómo debemos cambiar los individuos nuestros estilos de vida para adaptarnos. Claro, todo con un montón de matices de cómo la presión social de los segundos puede determinar lo que deciden los primeros, o cómo los estímulos de los primeros pueden alterar lo que aplican los individuos. Pero en este quizás enredado mundo de relaciones hay un tercer actor que puede ser aún más clave: el de las empresas y el sector privado, que si no lo hicieron antes deberán empezar a repensarse el próximo año desde el cambio climático.

Se trata primero de un tema de responsabilidades. En 2017, por ejemplo, la organización Carbon

Disclosure Project publicó un informe en el que señalaba que, a escala global, solo 100 empresas han emitido el 70 % de gases de efecto invernadero asociados con actividades humanas desde 1988. Pero se trata también de un tema de supervivencia. En Colombia, tras encuestar a 150 empresas, el Departamento Nacional de Planeación (DNP) concluyó que el 66 % de estas se habían visto afectadas por el cambio climático.

Y es que el cambio climático lo está alterando todo. La superficie apta para cultivar café podría disminuir en un 50 % a 2050, las cosechas de cereales para producir cerveza estarán en vilo, el sector de transporte tendrá que enfrentar inundaciones e incluso las horas aptas y potenciales para poder trabajar disminuirán debido a olas de calor extremas. Solo durante 2020, en cálculos de *The Lancet Countdown*, se perdieron 295 mil millones de horas potenciales para hacer trabajo debido a esto, con un 79 % afectando a la agricultura.

Pero lo bueno, si se necesita un

respiro de esperanza, es que existe una ruta en Colombia -por lo menos en el papel-. En el plan para que el país logre la meta que se puso en 2020, de reducir el 51 % de sus emisiones de gases de efecto invernadero para 2030, al sector empresarial se le asignó una tajada de misiones. De las 128 medidas de mitigación que se establecieron a escala nacional para lograrlo, 24 están dirigidas y asociadas con siete empresas: Bavaria, Ecopetrol, EPM, TCC, Cerro Matoso, Grupo Éxito y Auteco.

De forma paralela, además, el Ministerio de Ambiente abrió una convocatoria para que las empresas encuentren formas de sumarse a la meta de ser carbono neutral para 2050 y reducir su huella de carbón. Para octubre de 2021 eran 100 las empresas que ya se habían sumado y había cupo para que 400 más entraran al programa llegando al total de 500.

El reto para 2022, entonces, es que el cambio climático no sea una cuestión de “responsabilidad social empresarial” o de “responsabilidad ambiental”, sino que esté en la misma columna vertebral de las empresas. No se trata de sembrar árboles para decir, ante los medios y los consumidores, que se está haciendo algo, sino que estas entiendan que si no se unen a estas medidas dejarán ellas mismas de existir. No hay ningún negocio posible bajo los efectos del cambio climático. No hay ningún lucro sin adaptación.

Y es que el cambio climático nos está costando en dólares (y en pesos). No hay que ir muy lejos para verlo. A principios de esta semana la ONG Christian Aid señaló que solo los 10 eventos climáticos relacionados con desastres más drásticos durante 2021 dejaron al menos 1.075 muertos y provocaron el desplazamiento de más de 1,3 millones de personas en todo el mundo. Pero, además, superaron los US\$170.000 millones en daños, cifra que aumentó respecto a 2020.

Entonces, es cuando también hay que volver a la intrincada relación entre política, empresas e individuos. Demandar cambios. Anotamos una anécdota de mayo de este año: tras una demanda que presentaron seis organizaciones y 17.000 ciudadanos holandeses contra Shell ante los tribunales de Países Bajos en 2019, estos obligaron a que la compañía reduzca sus emisiones de CO2 en un 45 % para 2030. A la final, también se trata de que las empresas no son nada sin sus consumidores. No solo tienen que actuar en 2022, y en los años por venir, para reducir sus emisiones porque sus insumos serán más caros y sus negocios serán inviables, sino porque los consumidores están pensando distinto. La lucha climática es cada vez más fuerte e inteligente. En los próximos años las empresas deberán demostrar que están alineadas con esta.

