

Sustainable trends



“Si la pandemia nos mostró algo, fue la importancia de la naturaleza para nuestra vida diaria, nuestro sentido de bienestar y para la supervivencia a largo plazo de nuestra especie” Dune Ives (Fundadora de Lobely Whale)

Daniela Oropeza

La sostenibilidad no entiende de pandemias y es por ello, que a pesar de un 2020 marcado por el COVID-19 y un 2021 que pareciese tomar su ejemplo, el reloj avanza rápidamente en lo que respecta al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, y los puntos de acción cada vez son más frecuentes y amplios. De acuerdo a varios expertos, algunos de los trending topics que podremos ver en este 2021 son:

1. Cambio Climático.

Un tema que seguirá por muchos años en el top of mind de millones de personas y empresas alrededor del mundo es el Cambio Climático.

Para Trewin Restorick (CEO de Hubbub) "el impacto del COVID-19 ha mostrado lo que pasa si no se da la

atención a riesgos a largo plazo que resultan conocidos y con resultados progresivos visibles", por lo que son muchas las organizaciones que continuarán incorporando en sus organizaciones medidas para mitigar y reducir su impacto en el ambiente, y con ello contribuir a la reducción de los efectos del Cambio Climático.

Adicionalmente, el compromiso de Estados Unidos con el Acuerdo de París, posicionará nuevamente al Cambio Climático en diálogos de alto nivel, pudiendo contribuir a nuevas legislaturas en diferentes partes del mundo, en pro de la conservación de ecosistemas y biodiversidad.

2. Momento de las ESG

La inversión ambiental, social y de gobernanza (ESG, por sus siglas en

Sustainable trends. Febrero 2021

inglés) tendrá un impulso aún mayor para este 2021, donde el COVID-19 aceleró el ideal de que las empresas deben apuntar a un propósito más allá de sus ganancias y asumir su responsabilidad ante situaciones de su entorno no solo social, sino también ambiental. Esta tendencia ha incrementado su popularidad con el paso del tiempo, y cada día son más las organizaciones que entienden los beneficios de este tipo de inversiones, no solo para las causas que apoyan, sino también para ellas mismas.

A esto se le suma la incorporación de la noción de transparencia y marco ético de las empresas. Cada vez son más los clientes y consumidores que demandan transparencia en los procesos de las empresas, así como en los valores que la marca profesa y si efectivamente la organización lleva a cabo aquello que predica.

De igual forma, múltiples organismos multilaterales solicitan informes de transparencia para otorgar créditos y realizar asociaciones estratégicas que beneficien a todos los stakeholders involucrados. Cada día más "las marcas rinden cuentas sobre las mediciones o indicadores más allá de los ingresos, las ganancias y el valor para los accionistas", dice Joe Iles de la Ellen McArthur Foundation.

3. El consumidor tiene la última palabra

Aunque "muchos consumidores han hecho todo lo posible para tomar decisiones más conscientes, aún están empezando a darse cuenta del poder que ejercen las corporaciones y que el consumismo consciente por sí solo no es suficiente y que las grandes empresas a menudo no cambiarán a menos que cambie la legislación" (Sian Conway, fundadora de Ethical Hour), por lo que se espera que continúe la presión dirigida a las empresas que no contemplan al medio ambiente y su entorno en general, así como el apoyo a aquellas marcas que incluyen a la sostenibilidad dentro de su visión y propósito.

El consumidor ha comprendido que su voz cuenta y que su poder de decisión al momento de la compra, tiene un impacto en su entorno.

4. Momento Bio

A medida que más empresas cambian a las energías renovables y toman otras medidas para reducir su huella de carbono, también se están dando cuenta que el modelo de economía circular les ofrece una vía para lograr sus objetivos al mismo tiempo que les permite reducir costos y utilizar eficientemente su presupuesto (uno que en muchísimos casos se vio afectado por los efectos de la pandemia durante 2020).

Tal y como mencionó Dune Ives (fundadora de Lobely Whale), “si la pandemia nos mostró algo, fue la importancia de la naturaleza para nuestra vida diaria, nuestro sentido de bienestar y para la supervivencia a largo plazo de nuestra especie” por lo que es de esperar que este 2021, lo ambiental siga tomando espacios cada vez mayores dentro de las agendas personales, gubernamentales y empresariales.

Sobre el autor

Daniela M. Oropeza Feo

Es Internacionalista egresada de la Universidad Central de Venezuela, con estudios en Gerencia de Proyectos de la UCAB.

Actualmente es Coordinadora Sectorial Senior de VenAmCham