

5 recomendaciones para iniciar el viaje hacia la sostenibilidad empresarial

Ciudad de México. 03 de agosto de 2022. Durante los últimos dos años, en México y LATAM, la responsabilidad con el medio ambiente se ha convertido en uno de los valores que las empresas de todos los giros y tamaños han adoptado en su cultura y estrategia de negocio, llevando al ecosistema industrial a impulsar una sensibilización donde por medio de acciones puntuales, individuos e instituciones pueden reconstruir la realidad de un entorno más sostenible.

De acuerdo con la segunda edición del estudio "[La Sostenibilidad en la Agenda del Liderazgo Latinoamericano](#)", realizado por SAP, el volumen de empresas en América Latina que cuenta con estrategias de sostenibilidad se incrementó en más de 20% de 2021 a 2022. El 69% de altos ejecutivos de empresas medianas y grandes de varios países de la región afirmaron que el cuidado del medio ambiente sigue ganando terreno en el ámbito corporativo.

"La sostenibilidad ha pasado de ser un accesorio a ser un componente del ADN de las empresas. En Cabify empezamos este viaje sostenible en 2018 convirtiéndonos en la primera plataforma de movilidad neutra en carbono en América Latina y Europa. Hoy queremos que este compromiso sea extensivo a más empresas y compartir nuestra experiencia para crear una estrategia de sostenibilidad viable", indicó Adrian Perez, Sustainability Global Manager de Cabify.

Bajo este contexto, Cabify enlista 5 recomendaciones para que las empresas puedan empezar a trazar su ruta sostenible:

1. Evaluar los recursos y medir el impacto

Examinar los recursos que usa la empresa en su proceso de producción o en la cadena de valor. Las empresas también deberán evaluar el impacto que la operación genera a nivel ambiental como el volumen de emisiones de CO2, su huella hídrica, etc. Ese será el primer paso para tener una visión del alcance.

2. Un análisis interno para definir y alcanzar objetivos

Consiste en un ejercicio que permite definir los objetivos de sostenibilidad a partir de los retos y oportunidades de la compañía y así enfocarse en **retos concretos que realmente sean relevantes para los diferentes stakeholders y para el negocio**. El "análisis de materialidad" es la herramienta más conocida y usada por los especialistas que pone a disposición de los equipos toda la **información necesaria** para establecer los ejes de actuación que ayudarán a definir los proyectos con impacto en la estrategia de sostenibilidad.

3. Poner a la sostenibilidad en el centro de la estrategia de negocio

La sostenibilidad no puede ser un adorno de la estrategia de marketing de las empresas o parte del discurso, debe haber un compromiso que trascienda de forma transversal a todos

los departamentos de la empresa. Para lograrlo es necesario que primero el equipo directivo e inversores acompañen el compromiso por el cambio hacia una mirada más sostenible. A partir de ahí se debe pensar en una reconfiguración de la estrategia y ponerla en el centro del negocio. En América Latina se empieza a evidenciar un mayor protagonismo de la sostenibilidad considerando que el 40% estima incrementar la inversión en el tema en 2022 respecto a 2021, según el estudio de SAP.

4. Formación en sostenibilidad

Una vez logrado el compromiso de la directiva de la empresa, es importante concientizar al equipo sobre el impacto que tiene la sostenibilidad en sus tareas diarias dentro y fuera de la empresa a través de inducciones, capacitaciones, programas internos, comunicación recurrente, etc. “En Cabify promovemos e incentivamos a nuestros empleados a mantener un comportamiento coherente en materia de sostenibilidad, desde pensar en acciones que generen un valor positivo a nuestras comunidades así como apagar o desconectar los equipos al salir de la oficina. De esa manera logramos la participación de todas las áreas de la compañía para los 70 proyectos del primer año de nuestra Estrategia de Negocio Sostenible 2022-2025”, agregó Pérez.

5. Medir para garantizar resultados

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son una buena guía de este progreso, impulsado por las Naciones Unidas. Se posicionan como **un cuadro de mando para plantear las diferentes KPIs**, permitiendo a las empresas evaluar la evolución de sus estrategias de sostenibilidad a lo largo del tiempo. Una herramienta que tiene como objetivo poner al alcance de todos los usuarios las diferentes preocupaciones globales en materia de sostenibilidad ambiental, social y corporativa más prioritarias.

La compañía de multimovilidad con 10 años de presencia en el mercado latinoamericano se ha convertido en uno de los principales aliados en materia de movilidad para las empresas. Cabify traslada a los empleados de más de 65 mil empresas a nivel global al mismo tiempo que los ayuda a definir su estrategia de movilidad sostenible con más opciones de acuerdo a las necesidades de la empresa. Los clientes corporativos de Cabify también pueden acceder al certificado de compensación de huella de carbono de los viajes que realizan a la app que es de vital utilidad para la medición del impacto ambiental de las empresas.

Recientemente, Cabify presentó su nueva [Estrategia de Negocio Sostenible](#) para el periodo 2022-2025. Esta nueva estrategia, alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU se estructura en torno a 3 pilares (Personas, Planeta, Prosperidad) y 7 ejes de acción, que agruparán en su primer año de ejecución más de 70 proyectos. La compañía indicó que invertirá 44 millones de dólares en I+D+i para acelerar el impulso de nuevas tecnologías en favor de la sostenibilidad.