

Liderazgo para no dejar sin recursos a las futuras generaciones

MODELOS DE DIRECCIÓN Los ejecutivos deben guiar a sus empresas para ser netas positivas.

Isabel Vilches. Madrid

Solo queda un mes. El 28 de julio se terminan los bienes naturales disponibles para 2022, según el índice *Earth Overshoot Day*. “Desde ese día hasta que acabe el año, estaremos consumiendo recursos del futuro, quitándole medios a las próximas generaciones y no podemos robarles más”, advierte Paul Polman, ex-CEO de Unilever, de 2009 a 2019, y autor de *Net Positive. Cómo las empresas valientes prosperan dando más de lo que reciben* (Harvard Business Review Press), publicado junto al gurú de los negocios y escritor Andrew Winston, con recomendaciones para que los líderes consigan un impacto neto positivo, es decir, no solo compensar por el daño causado al medio ambiente sino aportar un extra.

En el libro, destacado por *Financial Times*, *The Economist*, *The New York Times* o *Bloomberg* como una de las mejores publicaciones de negocios, los autores argumentan cómo ganar tiempo al tiempo. “Todos sabemos que hay que hacer algo y para ello damos unas pistas muy sencillas para actuar ya. El reto es saber cómo hacerlo”, apunta Polman.

Con capítulos *Si destruyes el mundo, te lo quedas; ¿Cuánto te importa?* (para convertirse en un líder valiente y netamente positivo) o *Liberar el alma de la empresa* (cómo descubrir el propósito y la pasión de la organización y de los empleados), el decálogo comienza con la recopilación de opiniones sobre el libro de diversos líderes, como Satya Nadella, presidente y director general de Microsoft; Al Gore, 45º presidente de EEUU, Premio Nobel de la Paz y presidente de Generation Investment Management; Daniel Servitje, presidente y director general de Grupo Bimbo; o Alan Jope, CEO de Unilever.

Según explica Polman, de visita ayer en Madrid para presentar la publicación, “detallamos cómo hay que responsabilizarse del impacto de tu organización en el mundo, a cómo ser una compañía *net positive*, las que están desplegando modelos ejecutivos duraderos orientados a un propósito que prioriza las personas y el planeta, las que, a largo plazo, mejores resultados obtendrán. Muchas sólo tienen en cuenta las emisiones de dióxido de carbono de su producción, las *scope 1 y 2*, pero la gran parte de estas emisiones se generan durante la cadena de valor y las organizaciones deben hacerse cargo de su impacto total en el mundo”, alerta Polman, que revela cómo en su etapa como máximo directivo de Unilever, la compañía asumió el uso de energía



A través de su fundación, la cadena Walmart pretende regenerar al menos 200.000 millones de metros cuadrados de tierra y 1,6 kilómetros cuadrados de océano.



Microsoft restaura sus emisiones producidas desde 1975 por la combustión de carbón reforestando bosques o generando más energía verde de la que utilizan hoy.

verde en sus fábricas, “cuando la mayor contaminación se producía en un paso anterior, en la ganadería y agricultura, con la deforestación, y nos comprometimos a combatirla”.

Más coraje

“¿El mundo es mejor gracias a tu empresa?” Con esta pregunta, Polman anima a los altos directivos a “de-

mostrar más coraje” y buscar soluciones reales. “No pueden responder sólo antes sus accionistas, también tienen que hacerlo delante de todos sus colaboradores: empleados, diferentes protagonistas de la cadena de valor, los miembros de la comunidad en la que opera, las generaciones del futuro, el Planeta... Todos. lo que en inglés se llama *multi-stakeholder*. So-

lo si trabajamos juntos, podremos cumplir con los objetivos marcados en el Acuerdo de París”, que exige disminuir las emisiones internas de gases de efecto invernadero en al menos un 40% con respecto a los niveles de 1990 para 2030. “Las empresas, como potente motor de cambio, mucho más que los gobiernos o los individuos de manera particular, son las que tienen que actuar. El sector privado es el mayor responsable de proteger el planeta y de contribuir a crear economías estables y sociedades inclusivas”, alega Polman, que añade que “sin Elon Musk, con Tesla, no existiría el coche eléctrico; ni tampoco el desarrollo de las energías verdes, impulsado por el sector privado, como casi todas las innovaciones”, argumenta.

Los gobiernos, además, deben involucrarse en la acción. “Si no marcan bien las estrategias, con leyes y directrices claras, no podemos hacerlo a la velocidad que se necesita y más cuando aún siguen destinando 1,8 trillones de dólares en subsidios a la industria de carbón o para la estimulación de la ganadería destructiva. Todos tenemos que ir en el mismo barco”, alega Polman.

Como ejemplos de empresas españolas que ya se han puesto manos a la obra para mitigar su huella, el ex-CEO de Unilever nombra a Acciona, Iberdrola, Banco Santander o Inditex. “Son líderes del cambio en sus sectores, como Inditex, que forma parte de la asociación *The Fashion Pact*, un pacto entre casi 80 empresas [también El Corte Inglés, Mango, Tendam, Chanel, Burberry, Calcedonia, Adidas o Decathlon], que representan hacia el 30% de la industria, que juntas luchan por aminorar su impacto en la biodiversidad, como por ejemplo, buscar una solución para la producción de algodón, que cada vez se utiliza más y resulta un cultivo muy contaminante”.

A nivel internacional, cita como modélicas las prácticas de Walmart que, con su fundación, se ha propuesto proteger, gestionar y restaurar al menos 200.000 millones de metros cuadrados de terreno y 1,6 kilómetros cuadrados de océano para 2030; o “Microsoft, que ha prometido restaurar sus emisiones desde 1975 por la combustión, reforestando bosques o generando más energía verde de la que utilizan hoy en día; o Mastercard, que, a través de *Mastercard Lab for Financial Inclusion*, trabaja para llevar su tecnología a los casi dos millones de adultos que no tienen acceso a las herramientas y servicios financieros convencionales.