

Ser sustentable también es negocio

El futuro nos alcanzó en cuanto a temas del medio ambiente, Solo hay que ver las noticias para darnos cuenta de todos los cambios que se viven cada día, ya que como bien dicen los expertos, para la humanidad no hay un 'Plan B' en cuanto el cuidado del planeta.

Por eso, la sustentabilidad es una estrategia urgente y necesaria en la operación de las empresas, y ahí el trabajo realizado por varios gigantes es algo que se debe comentar, porque un país o un mundo que no cuide el medio ambiente va 'directo al hoyo'.

Fundación Mapfre, Heineken México, Industria Mexicana de Coca-Cola, Grupo Bimbo, Unilever México, Nestlé México, Danone México, 3M México, Tetrapack México, ECOCE A.C. y Phillips Morris México son algunas de las empresas que en un balance realizado por la plataforma "Ideas de Negocios" consideraron que fueron las que emprendieron más acciones para frenar el cambio climático y construir un entorno más equitativo.

Lo más interesante es que el análisis va más allá de sus resultados financieros y operativos, sino el verdadero trabajo que han hecho en cuidar su entorno, en contribuir a temas como el ahorro de agua, las prácticas agrícolas regenerativas (el trabajo de Bimbo merece una columna completa por ese tema) y las inversiones que realizan para ir cambiando sus procesos para cuidar el medio ambiente, son iniciativas que deben conocerse para que más empresas las vayan adoptando y adaptando a sus negocios.

Los números no mienten, por ejemplo, Tetrapack que es la empresa especializada en envasado, sigue innovando en tener empaques que puedan ser reutilizados o los gigantes cerveceros y de refresco como Heineken y Coca-Cola en México cada día trabajan en buscar hacer un mejor uso del agua; es importante también el tema de la cervecera es disminuir el consumo del alcohol y evitar el consumo nocivo, además tiene la meta para el 2030 de tener cero emisiones de carbono en la producción. Y en el caso del agua ser neutrales en su consumo en las 5 cerveceras en zona de estrés hídrico. Por todo eso, queda claro en general, que caminar hacia la sustentabilidad no tiene que estar peleado con hacer negocios; buen tema detectado por el equipo de "Ideas de Negocios".

Y en el otro lado de la moneda,

MONEDA EN EL AIRE

Jeanette Leyva Reus

[@JLeyvaReus](#)



más que activo arranca el año para muchos directivos, como el equipo que preside Lorenzo Barrera con Julio Escandón de Grupo Base, ya que tomarán literal vuelo hacia tierras lejanas, pues con el tema del *nearshoring* buscan atraer más clientes.

Por eso, acompañados de varios directores estarán de gira por Tokio, Japón, para participar en discusiones que promuevan "Hacer negocios en México" y lo que buscan es platicar los atractivos y bondades de Monterrey, Nuevo León, por lo que será en la Embajada de México en ese país donde tengan los encuentros.

Como bien nos han platicado sus directivos, Base tiene la mira un mercado que se estima alcance ganancias por 35 mil millones de dólares en el corto y mediano plazo, por concepto de relocalización de industrias extranjeras en el país y que ya se está materializando, por lo que la agenda contará con expertos del sector público y privado que compartirán información relevante para las empresas japonesas que exploran oportunidades comerciales en América del Norte y México.

A la fecha, Monterrey que es la segunda ciudad más grande del país y ha sido uno de los destinos favoritos de las empresas multinacionales que expanden sus operaciones a Norteamérica, ha tenido gran aceptación por las empresas japonesas; hay más de 60 firmas operando en tierras regias como Denso, Panasonic, Kawasaki, Toto y Sumitomo, veremos si convencen a más. Por lo pronto, la moneda está en el aire.