Sostenibilidad va a más

Por **Jesus Segarra Sobral** 11 ene, 2018

Según Arthur Fonk el éxito de la cumbre de París ha demostrado que los inversores consideran los factores ambientales en sus decisiones de inversión y que esta tendencia va ir en aumento hasta convertirse en norma.

"Los inversores reconocen cada vez más que las compañías con políticas internas ligadas al cambio climático y a recortar sus emisiones de gases efecto invernadero están mejor posicionadas estratégicamente y esto se está comenzando a traducir en rentabilidad financiera.

Los resultados retrospectivos muestran que los líderes del carbono han tenido históricamente una rentabilidad superior basada tanto en resultados absolutos como en tasas de rendimientos ajustadas al riesgo del 2,3% y un ratio de sharpe de 1,2 desde 2014. Lo que es aún más sorprendente es que esta correlación ha ido creciendo durante los últimos 12 años.

Para el gestor la regulación sobre emisiones para atajar el cambio climático ha animado a bastantes compañías a adoptar iniciativas para reducir su impacto ambiental. Si bien es cierto que muchas compañías se han limitado a cumplir con los requisitos regulatorios mínimos.

Según Fonk este enfoque es corto placista e ineficaz aunque como cada vez más las emisiones tienen un coste en la cuenta de resultados, las empresas sin excepción se están viendo obligadas a reducir su huella de carbono. El gestor menciona a las siguientes:

"LVMH ha aumentado recientemente su precio interno del carbono a 30 euros por tonelada. Adobe cobra a cada división empresarial costes asociados al

consumo de energía para favorecer los proyectos eficientes en carbono, reducir costes y mitigar los riesgos de negocio.

"Wal-Mart, como negocio de logística y transporte intensivo, es una compañía que busca reducir sus emisiones y mitigar el potencial impacto negativo de los costes en su cadena de valor. Aprovechando su tamaño, Wal-Mart lanzó "Project Gigaton" y fijó un nuevo objetivo para reducir sus emisiones en un gigaton para 2030 mediante la inversión en tecnología para reorganizar su cadena de valor. Aunque Wal-Mart no es en la actualidad el minorista más eficiente en carbono, cuenta con un fuerte compromiso para reducir las emisiones de sus grupos de interés, así como las que generan ellos mismos, lo que les convierte en una empresa líder en transición.

"De forma similar, el e-commerce, y su proliferación de pequeños envíos, deben encontrar respuestas operativas para abordar el cambio climático. Las compañías de logística están implementando entregas más eficientes, cambiando a vehículos de combustibles alternativos y optimizando horarios para reducir los retrasos del tráfico. UPS, que ha reducido la distancia recorrida por sus conductores en 201 millones de millas y ha logrado una reducción de 210.000 toneladas métricas en sus emisiones de CO2, ha llevado a cabo una ahorro de coste anual de 400 millones de dólares."