

Prácticas sostenibles en la empresa.

Sabemos que la mejor forma de cambiar el mundo es empezando con uno mismo. Por eso, no hace falta pensar en grande cuando hablamos de sostenibilidad. Cada gesto por pequeño que sea cuenta y tienes a tu alcance gran cantidad de acciones que cuestan poco y generan mucho valor.

Comentamos algunas:

1. Controlar el consumo energético

Los recursos energéticos son muy valiosos, en todos los sentidos. Pagamos un precio muy alto por ellos, y no solo nosotros, el medioambiente también. Por ello, hacer una gestión adecuada del consumo de energía, apostar por instrumentos de ahorro energético y fuentes de energía renovables te ayudarán a cuidar de tus finanzas, y sobre todo, del planeta.

2. Cuidar la cadena de suministro

Seleccionar proveedores y distribuidores locales, sostenibles o de km0 ayuda a que tu empresa sea más sostenible. Se trata de llevar la sostenibilidad cada eslabón de la cadena para garantizar un impacto positivo en todas las actividades y públicos que intervienen y forman parte de tu negocio.

3. Ahorrar en papel y plástico

Cada vez es más habitual gestionar los documentos de manera digital. De hecho, hay empresas que han eliminado por completo el papel de sus oficinas. No obstante, si has de hacer uso del papel, haz un uso responsable e intenta utilizar en la medida de lo posible papel reciclado. Como contraprestación por el papel que utilizas, también puedes apoyar iniciativas que ayuden a repoblar bosques y plantar nuevos árboles. Y con el plástico puedes hacer lo mismo. Si en tu empresa hay determinados productos como botellas de agua, cubiertos de usar de tirar o vasos de plástico, puedes sustituirlo por otros ejemplares que sean biodegradables, por ejemplo.

4. Colaborar con acciones sociales

Sabemos que la unión hace la fuerza ¡y como empresa tienes la capacidad de impulsar grandes cambios! Si no puedes desarrollar determinadas acciones dentro de tu empresa, una buena idea es respaldar proyectos, iniciativas y colectivos que estén haciendo una buena labor por el cambio

social y medioambiental. Puedes hacerlo a través de donativos económicos o en especie, prestación de servicios, patrocinio, mecenazgo, eventos, etc. Elige aquellos proyectos que resuenen con tus valores y filosofía de empresa, o bien se relacionen con tu actividad empresarial para potenciar vuestra acción conjuntamente.

5. Fomentar el compromiso medioambiental

Es importante hacer partícipe a tus trabajadores de las políticas e iniciativas sostenibles que se llevan a cabo dentro de la empresa. Comunica abiertamente a tus públicos internos las medidas que estás llevando a cabo. Pregunta qué tipo de acciones les gustaría que se implementaran en la empresa o qué tipo de asociaciones y proyectos querrían que la empresa apoyase. Mantener motivadas a las personas que forman parte de tu empresa es clave para reforzar la sostenibilidad en todos los sentidos.

6. Promover el uso de transportes sostenibles

La bicicleta es uno de los mejores medios de transporte. Es sostenible, no contamina y además ayuda a mantenerse en forma. Puedes incentivar el uso de la bicicleta creando un parking en tu empresa exclusivamente de bicicletas, pagando la suscripción del sistema de bicicletas público de tu ciudad o incorporando en la flota de transporte de la empresa vehículos eléctricos o híbridos.

7. Gestionar adecuadamente los residuos

El impacto que generan los residuos en el medioambiente es cada vez más problemático. Las empresas, dados sus elevados niveles de producción, generan una cantidad tremenda de residuos que, en muchas ocasiones, no se gestiona de manera adecuada y conlleva unas consecuencias desastrosas para el planeta. Por eso es vital implantar sistemas y programas de reciclaje propio en la empresa y otorgar el tratamiento concreto que requieren los residuos, especialmente los tóxicos y químicos. No obstante, si puedes optar por productos y materiales que sean sostenibles, ecológicos y fácilmente reciclables, mejor.

8. Reducir la huella ambiental

La huella ambiental es la forma de medir el impacto ambiental que genera un producto, servicio o empresa a lo largo del ciclo de su vida. Esto te permite analizar qué repercusiones ambientales tiene tu empresa. Así podrás planificar acciones que te pueden ayudar a minimizar el impacto, mejorando la gestión ambiental de tu compañía.

Fuente: <https://www.cofidisretail.es/insights/marcas-sostenibles>