

# El buen negocio de la sostenibilidad

El futuro de las próximas generaciones está siendo amenazado por condiciones que requieren una transformación profunda. Vivimos en un mundo cada vez más informado y conectado donde se están exigiendo cambios estructurales. De modo que hoy en día el vínculo entre la empresa y los problemas de la sociedad es indiscutible y es un tema que se tiene que abordar como parte integral de la empresa contemporánea.

En los últimos 20 años el pensamiento corporativo con respecto al papel que deben jugar las empresas frente a los problemas económicos, ambientales y sociales ha evolucionado notablemente hacia el concepto de valor compartido de Michael Porter que consiste en que las empresas aumentan su competitividad cuando mejoran las condiciones de su entorno. Antes del año 2000 este tema no era considerado relevante por la mayoría de las empresas pero a inicios de este siglo se empezó a tomar más conciencia sobre los grandes problemas del mundo y la respuesta inicial se dio a través de la filantropía. Posteriormente, se comprendió la necesidad de mitigar y compensar sus impactos, también, resolver problemas, pero esto era asumido como costos adicionales. Actualmente, ya muchas han comprobado que abordar los problemas sociales, ambientales y económicos es una oportunidad para innovar y crecer pues se pueden reducir costos, generar mayores ingresos y crear una ventaja competitiva. Pero sobre todo, se interiorizó que esto va más allá de las buenas intenciones pues hoy está en juego la viabilidad de nuestro planeta y es necesario que la sostenibilidad haga parte integral de la estrategia de las empresas para su supervivencia.

Un negocio exitoso es aquel que se complementa y crece con su entorno y para esto hay que construir un medio favorable para la empresa. La manera de lograrlo es a través de la integración de criterios económicos, sociales y ambientales que se traducen en mayor valor para ésta, sus grupos de interés y el ambiente donde opera.

Tener esta mirada integral e incluir las expectativas de los diferentes grupos de interés en la toma de decisiones permite adaptarse y responder a un mundo en constante cambio, genera confianza con los diferentes actores, mitiga riesgos en toda la cadena de valor, crea lealtad y orgullo en los empleados y permite innovar para dar nuevas respuestas a los retos actuales. Además, un estudio de la Universidad de Harvard que analizó 190 empresas listadas en bolsa a lo largo de 18 años demuestra que la sostenibilidad sí paga y que las empresas que integraron estos criterios en su estrategia, políticas, procesos e iniciativas tuvieron un mejor comportamiento financiero.

A estas alturas ya nadie cuestiona si las empresas deben o no integrar una visión de sostenibilidad en su modelo de negocio para ser viables, y es momento de sumar esfuerzos para que desde éstas se puedan impulsar los cambios reales que el mundo demanda. Hoy tenemos la meta de cumplir con el Acuerdo de París y con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por la ONU, los cuales son una guía sobre los temas que debemos abordar y frente a los cuales debemos aliarnos y alinearnos para superar los retos que enfrenta la humanidad.

Éstos son una oportunidad para que las empresas se enfoquen e impacten desde su negocio y para que en unión con gobiernos, academia, comunidades y sociedad civil logremos tener un mejor planeta en 15 años.

---