

EL DESARROLLO ECONÓMICO Y LA SUSTENTABILIDAD

MARCAS CON UNA AUTÉNTICA VISIÓN RESPONSABLE CON EL MEDIO AMBIENTE Y LA SOCIEDAD HAN CRECIDO HASTA 50% MÁS, EN COMPARACIÓN CON LAS QUE NO: UNILEVER.

POR: ODILE CORTÉS.

Es preocupación de todos el aumento en la pobreza a nivel mundial. Incluso el primero de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU es darle fin.

Sin embargo, el ODS lleva implícita una inquietud aún mayor: si el día de mañana todo el mundo tuviera ingresos económicos similares a los de los países más desarrollados, significaría que tendríamos niveles de consumo de recursos tan elevados como ellos y nuestro planeta no estaría en la capacidad de aceptarlo. Lo cual está en línea con los ODS 7, Energía Asequible y No Contaminante y; 11, Ciudades y Comunidades Sustentables.

Visión con la que debemos operar diariamente desde las empresas. Tenemos la labor social intrínseca de generar ingresos y riqueza, que estos empleos sean justos y favorezcan una calidad de vida decente de quienes trabajan para ellas. Así, también es obligatorio pensar si estamos siendo sustentables con los recursos que utilizamos.

La definición de sustentabilidad de Brundtland (1987) es ahora tan vigente como entonces: satisfacer las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras. En contraste, hemos terminado con especies animales, incluso malgastado recursos para asegurar un abasto presente pese a los problemas futuros. Es

un buen momento para pensar en qué situación estamos dejando al mundo.

La sustentabilidad es hoy, más que nunca, una forma de hacer negocio que deben tener las empresas no solamente en el tema de permanencia económica, sino de permanencia en el tiempo. Tanto así, que debe estar dentro de los objetivos estratégicos de la propia empresa.

¿De qué nos sirve tener un negocio exitoso si los contaminantes que generamos a largo plazo terminarán con el planeta? Además, aportar al medio ambiente es una labor en la que podemos generar más cooperación de los empleados que cuando solamente se usan términos económicos. En autotransporte, por ejemplo, en vez de comunicar el ahorro en gasto de diésel, podemos sumar a los choferes a disminuir el impacto ambiental de su manejo, con el consecuente ahorro en costos de operación.

Estos beneficios sólo se pueden capitalizar si se mide y entiende que todo cambio en nuestras operaciones tiene un retorno de inversión: usar focos LED disminuye el gasto en electricidad; horarios flexibles y salario emocional, abonan a la eficiencia laboral y clima organizacional, asimismo se disminuye el CO2 al reducir las horas en el tráfico.

Empresas que han entendido esto empiezan a demostrar que además de asegurar una permanencia ambiental,

se obtiene un retorno de inversión al adoptar una visión sustentable. Unilever ha reportado públicamente que las marcas en su conglomerado con prácticas sustentables (no sólo ambientales, sino de una auténtica visión responsable con el medio ambiente y la sociedad) han crecido hasta 50% más en comparación con las que no. Hemos atestiguado cómo algunas PyME's escalan en la evaluación a proveedores de las multinacionales hasta duplicar el número de pedidos que reciben, y qué decir de las empresas cuya reputación mejora con sus propios colaboradores al sentirse identificados con una empresa que representa sus valores familiares.

La sustentabilidad debe tener un plan de trabajo propio, con indicadores de desempeño, registro presupuestal y equipo de trabajo. Ése es el reto: que éste no sea únicamente una persona y que no sea una actividad más, pues lo conforma toda la empresa. La sustentabilidad es transversal e impacta a todas las áreas del negocio. Los consultores solemos asegurar el cumplimiento, pero el éxito proviene de que cada miembro de la empresa viva diariamente en su trabajo, y fuera de él, una vida sustentable.