

El caso de negocios sobre la sustentabilidad

*Una nueva manera de
administrar negocios.*

*Independientemente del
tamaño de su empresa o de
su industria, la
responsabilidad social
corporativa y/o la
sustentabilidad son aspectos
que tendrán un impacto
económico en el futuro de
sus negocios.*



El caso de negocios para adoptar prácticas de negocios socialmente responsables y sustentables es muy claro, independientemente de la industria a la que pertenezcamos, sólo analicemos el entorno, la demanda de energía está aumentando como resultado del crecimiento de la población y de los cambiantes patrones climáticos, por tanto los gobiernos están promoviendo el uso de menos combustibles fósiles y carbón para utilizar más energía “verde”.

La sustentabilidad y la responsabilidad social corporativa, se deriva del concepto de desarrollo sustentable que se empezó a utilizar en el mundo de los negocios durante la década de los ochenta. Su promoción generó la conciencia de que para tomar decisiones económicas necesitamos considerar el impacto de nuestras acciones en el medio ambiente y la sociedad con el fin de fortalecerlos en lugar de debilitarlos. El desarrollo sustentable fue un modelo para la toma de decisiones, no fue un concepto antieconómico ni

anticapitalista. Fue una teoría económica que señalaba que si vemos las cosas más allá de la recuperación financiera inmediata, es algo bueno para los negocios a largo plazo, ya que una sociedad más saludable y dinámica contribuye a una economía más sana. De hecho, el desarrollo sustentable fue un modelo de crecimiento empresarial.

Con el tiempo, la responsabilidad social corporativa - la ética y la función de las empresas en la sociedad- empezó a coexistir con la sustentabilidad. En el mundo actual, tenemos términos intercambiables. Por lo tanto, lo que se considera socialmente responsable es el cuidado del medio ambiente, respetar los derechos de los demás, especialmente de los más vulnerables, y considerar el impacto de nuestras acciones en las futuras generaciones. Si podemos hacer todas estas cosas, entonces se considera que somos socialmente responsables y por su puesto sustentables.

El impacto de la sustentabilidad difiere entre compañías y sectores, y además depende de varios factores como el tamaño de la empresa, la naturaleza del negocio, sus productos, localidad, proveedores, administración, clientes y la reputación del sector al que pertenece la compañía. Existe un creciente consenso sobre el vínculo entre la sustentabilidad y el éxito del negocio.

El 64 % de los CEOs están percibiendo un cambio en las preferencias de los consumidores en los aspectos ambientales y la responsabilidad social del negocio. Los consumidores perciben el valor en la reputación de la empresa.¹

¹ PwC, "13th Annual Global CEO Survey", 2010.



Independientemente de la industria a la que pertenezcamos, los aspectos ambientales, en especial el cambio climático, deben estar incluidos en nuestro radar. Lo más importante es que muchas empresas, sino es que la gran mayoría, resultarán afectadas por el cambio climático, por lo menos desde la perspectiva de costos.

Para las empresas que están siendo proactivas, ésta puede ser una oportunidad para diferenciarse en lo sucesivo. Mientras más pronto actuemos al respecto, mayor será la recuperación de nuestra inversión inicial. Aquellas empresas que estén a la vanguardia, recibirán los beneficios en su marca y su reputación. A los grupos de interés le gusta saber que las empresas con las que tratan están actuando de manera responsable. Esto es algo muy real, las nuevas generaciones que están ingresando a la fuerza laboral ya están tomando las decisiones importantes de consumo, se basan mucho más en estos valores que las generaciones anteriores. Están más dispuestos a predicar con el ejemplo y si no pueden encontrar un producto que coincida con sus valores, esperarán hasta encontrarlo. No se conformarán.

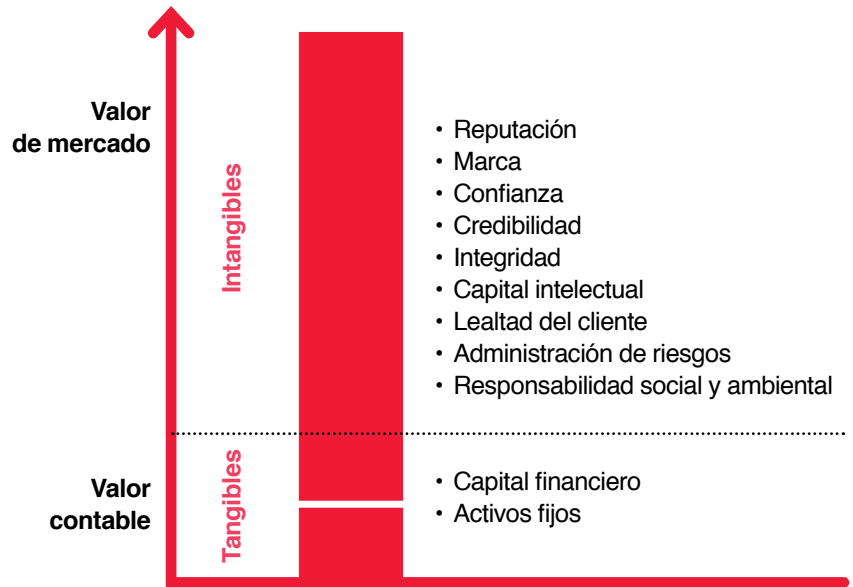
Lo mismo sucede al momento de reclutar nuevos empleados. No es sólo un discurso, la gente quiere trabajar para empresas cuyos valores se alineen a los suyos. Las empresas que pueden cumplir estas expectativas y ser buenos ciudadanos corporativos, transmitirlo adecuadamente, reconocer sus errores, son las que están atrayendo a las nuevas generaciones de empleados y consumidores.

Questionarse cómo ser más sustentables, es casi lo mismo que preguntarnos qué debe hacer una empresa para ser rentable y exitosa. Las empresas que han adoptado el concepto de sustentabilidad se han dado cuenta de que es una nueva manera de hacer negocios y no se trata de expectativas irreales, y en gran medida se trata simplemente de una buena administración empresarial. Ninguna empresa opera en el vacío, mientras más hagamos para fortalecer las relaciones que ayudan al progreso de nuestra empresa, tendremos mayores posibilidades de alcanzar nuestros objetivos.

Pasos para crear una empresa socialmente responsable y sustentable:

- **Crear una visión de largo plazo.** La alta gerencia debe describir con claridad lo que significa la sustentabilidad para su organización. Debe haber un diálogo interno entre la administración, el consejo de administración y los empleados, para después transmitirlo a los grupos de interés externos. Preguntémonos: ¿Cómo será nuestra organización en 10 años en lugar de seis meses a partir de ahora? Si sólo nos enfocamos en el siguiente trimestre, entonces lo único que encontraremos será una gran cantidad de comportamientos incorrectos. La visión de sustentabilidad es aspiracional.
- **Identificar el impacto de las operaciones de nuestra empresa en el medio ambiente y la gente.** Debemos evaluar dicho impacto desde un punto de vista en el que podamos mejorar en pro del medio ambiente. El equivalente financiero sería analizar a la organización para identificar cómo podemos ser más eficientes.
- **Medir tanto como sea posible el desempeño de la sustentabilidad de una manera cuantitativa.** Es muy cierto que lo que se puede medir se puede administrar. Mientras la sustentabilidad sea considerada como un concepto cualitativo y positivo, resulta permisivo para las empresas. No obstante, es necesario adoptar una serie de indicadores de rendimiento que sean de naturaleza cuantitativa.
- **Comunicar dicho desempeño a los principales grupos de interés,** accionistas, clientes, empleados, gobierno y comunidades en las que operamos.

En la figura se muestra como el valor de una empresa puede ser significativamente impulsado por los valores intangibles. Por ejemplo: la marca, la confianza, la reputación entre otras. Estratégicamente, ser sustentable ayuda a proteger el valor de una empresa, y cada vez será más atractivo para los grupos de interés de la empresa, así como para los inversionistas socialmente responsables.



Los beneficios de ser un negocio Sustentable

A nivel global, los líderes corporativos están de acuerdo que la sustentabilidad es parte de la gestión de un buen negocio y reconocen que incrementa el valor de la compañía.

Entre los beneficios se destacan:

- Fortalece la administración del riesgo y la protección de la marca
- Incrementa la relación con los empleados
- Incrementa los ahorros en los costos operacionales
- Disfruta de incentivos
- Mejor acceso al capital
- Identifica nuevas oportunidades de negocio
- Diferenciación entre competidores
- Se relaciona positivamente con comunidades
- Cumple con las regulaciones

Contactos

Enrique Bertran Sánchez

Socio, Sustainability Business Solutions

(55) 5263 8692

enrique.bertran@mx.pwc.com

Claudia Santos Montes

Gerente Senior, Sustainability Business Solutions

(55) 5263 5869

claudia.santos.montes@mx.pwc.com

Jesús Castillo Monroy

Gerente, Sustainability Business Solutions

(55) 5263 6000 ext 6719

jesus.monroy@mx.pwc.com