

La evolución que ha experimentado el concepto de sustentabilidad es tal que ya no se trata de una opción filantrópica de las empresas, sino de una acción voluntaria e integral de ellas, que ya se mide según su desempeño económico, ambiental y social.



“Ser sustentable, una manera inteligente de hacer negocios”

Por **Lic. Mariel S. Palomeque** (Presidente de la Subcomisión de Sustentabilidad del IAPG)

La sustentabilidad es un concepto que ha evolucionado lo suficiente como para contar con una agenda global propia. Al igual que otras disciplinas, transitó etapas de descubrimiento, de expansión y de condensación para materializarse como el desafío de satisfacer las necesidades del presente, a la vez que se preserva la posibilidad de que las generaciones futuras satisfagan las suyas. En el ámbito de las empresas, puede traducirse como “la construcción de valor compartido con los grupos de interés”. Se trata de hacer negocios y de generar resultados sin descuidar los aspectos económicos, sociales y ambientales.

Las empresas hoy enfrentan un cambio de época, en el que tienen que operar en un entorno VICA (volátil, incierto, complejo y ambiguo). La falta de asertividad en este escenario puede generar inconvenientes que se traducirán inequívocamente en la imposibilidad de retener nuevos talentos; en debilidades en el posicionamiento ante los consumidores, o en la demora para atraer el financiamiento.

En estas nuevas dinámicas, pueden definirse macro-tendencias, como la inteligencia y producción colaborativas; la personalización de los productos y servicios; o la expresividad mediante redes sociales que, conforme se comprenden y se internalizan, permiten mejores resultados. Entre ellas, se destaca también la sustentabilidad.

En la actualidad, ser sustentable se considera una iniciativa voluntaria. Sin embargo, los mecanismos de financiamiento internacional ya están evaluando la manera en que cada compañía aborda la temática y aumenta el interés en la implementación de estándares internacionales.

Actores, como la *International Finance Corporation* (IFC, organismo que integra el banco mundial); la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), incluso el índice bursátil Dow Jones cuentan con sistemas de análisis del desempeño económico, ambiental y social de las empresas, que contemplan temas, como gobierno corporativo, mitigación del cambio climático, desarrollo de la cadena de valor, prácticas laborales y respeto por los Derechos Humanos.

Y ciertamente, la tendencia actual es la disminución del puntaje de las empresas que no operan de manera sostenible.

Poder de transversalidad

Independientemente de la relevancia que tiene para una empresa mostrarse sustentable ante los públicos externos, la importancia del concepto está en su poder de transversalidad, es decir, la posibilidad de que las compañías generen ganancias a través de la creación de valor para los accionistas y *stakeholders*. Entonces, comprender las necesidades de estos grupos, y contextualizarlas, puede llevar a modificar los modelos de negocio y la manera de hacer las cosas puertas adentro.

En este sentido, con una mirada global y con objetivos que buscan el largo plazo, la sustentabilidad lleva a las compañías a implementar procesos disruptivos, convirtiéndose así en una clave para el posicionamiento y para guiar la estrategia de innovación en un entorno VICA.

En este contexto, la industria energética es interpelada de manera directa. En septiembre de 2015, los países miembro de Naciones Unidas adoptaron un conjunto de objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible.

Para lograrlo, definieron 17 objetivos con metas específicas que deben alcanzarse en los próximos 15 años, conocidos como Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Con el fin de alcanzar estas metas, se ha llamado a la acción a los gobiernos, al sector privado y a la sociedad civil. Alcanzar las metas de los ODS requiere propuestas multiactorales y esfuerzos concertados de políticas públicas para un desarrollo sostenido, inclusivo y en armonía con el ambiente.

Específicamente, el ODS N° 7 expone: “Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos”. Este objetivo entiende que la energía es central para casi todos los grandes desafíos y las oportunidades a los que hace frente el mundo actualmente, y su generación y distribución son las actividades que más influyen en el cambio climático.

De todas formas, los ODS no tienen la intención de ser elegidos de a uno, sino de ser una agenda global. Además,



proponen explorar iniciativas que detecten oportunidades de impulsar la acción sustentable.

En esta lógica integral, la industria de los hidrocarburos se halla ante el desafío de contribuir con el acceso a la energía mediante el desarrollo de productos, tecnologías y servicios innovadores para llegar a todos los consumidores, con inversiones acompañadas por principios éticos e inclusivos y desarrollar crecimiento económico en condiciones laborales decentes.

Complementariamente, desarrollar infraestructura y tecnologías para acompañar la transición hacia una ma-

triz energética sostenible, con mayor presencia de energías renovables y con disminución de impactos ambientales.

No cabe duda de que la sustentabilidad, en la actualidad, está afianzada y cada vez más deja de ser una elección para convertirse en un requerimiento.

La evolución de herramientas que permiten reconocer y detectar las brechas sobre las que se deben trabajar con el fin de impulsar el desarrollo sustentable de la compañía, contribuyen guiándola en su participación activa en una agenda global.

Hoy, ser sustentable no es solo una posición optativa, sino también una manera inteligente de hacer negocios. ■