



OPINIÓN



Desafíos de la formación en sostenibilidad empresarial

Por Silvia Bravo,

directora de la Academia de Sostenibilidad Empresarial (ASE) de Acción Empresas.

Quiénes nos dedicamos a la formación en sostenibilidad empresarial, tenemos el reto fundamental de contribuir a formar a las y los directivos y ejecutivos capaces de liderar la transición hacia un nuevo paradigma, todavía difuminado y multidimensional y, con ello, la consiguiente adaptación y evolución de una nueva empresa, nueva en su lógica, diseño y posicionamiento. Este reto significa ayudar a “visualizar” el nuevo paradigma, y el posicionamiento de la empresa en su entorno, redefiniendo de ese modo “qué entendemos por empresa”, “para qué sirve”, “cómo debe ser y qué debe hacer a partir del presente”.

La formación en sostenibilidad empresarial ha significado, en muchos casos, un proceso de experimentación, innovación y apertura para aquellas empresas que se posicionan como líderes en los diferentes mercados. Ellas han logrado identificar carencias de partida y necesidades que propicien el diseño y la integración de nuevos enfoques y experiencias conducentes a agregar valor a sus grupos de interés en el mediano y largo plazo.

Son cada vez más los sectores empresariales que incluyen la formación en sostenibilidad de manera significativa y sistemática en su gestión. Algunos de estos y con los cuales desde ASE estamos trabajando

permanentemente son: construcción, energía, servicios básicos, minería y servicios financieros. Todos ellos consideran prioritario que sus ejecutivos accedan a formación de calidad en aspectos como reportabilidad, gestión ambiental (cambio climático, economía circular, entre otros), derechos humanos con foco en debida diligencia, relacionamiento con la comunidad, cadena de suministro, por mencionar algunos.

Sabemos que las empresas juegan un papel fundamental en el desarrollo sostenible de los países y, por ende, de la sociedad. Es por esto que se están formando profesionales cada día más conscientes de la importancia de integrar la dimensión medioambiental y social con la económica y, por tanto, plantear estrategias en sus actividades teniendo en cuenta esos aspectos. A su vez, los consumidores demandan cada día con mayor fuerza productos y servicios sostenibles, lo que influye en la estrategia de las empresas para conseguir y mantener ventajas competitivas en sus mercados.

Todo aquello nos impulsa, motiva y obliga a tener una oferta formativa de vanguardia, con los expertos mejor calificados del país y donde los participantes accedan a una experiencia de aprendizaje valiosa y pertinente a los requerimientos de un mundo cada vez más cambiante.