

CONCEPCIÓN GALDÓN, VICEDECANA DE EMPRESAS CON PROPÓSITO DE LA IE BUSINESS SCHOOL

Gobierno corporativo: "Ninguna empresa puede ser sostenible si no lo lidera el directorio"

CATALINA MUÑOZ-KAPPES

Mientras hay directores de empresas que ven en la sostenibilidad un camino de prosperidad, otros directivos en Chile tienen una visión "antigua", asegura Concepción Galdón, vicedecana de Empresas con Propósito de la IE Business School. En conversación con "El Mercurio" desde España, la experta en sostenibilidad corporativa afirma que ve una "gran dispersión dentro del mundo de los directivos chilenos".

Por un lado, cree que hay "directivos que tienen mucha curiosidad y mucha inquietud por avanzar en materia de sostenibilidad. Yo creo que porque Chile a nivel de población no es un país tan grande, en muchos directivos de empresas hay un sentimiento muy fuerte del impacto que sus empresas tienen en el país. O sea, que una empresa que avanza de verdad en materia de sostenibilidad sí impacta y sí mejora Chile".

Por otro lado, están quienes tienen una visión a la "antigua", que no necesariamente son personas de más avanzada edad. "No siempre son los directivos más jóvenes los que están más en un lado o en otro. Pero te encuentras también en el otro extremo con gente con una mentalidad muy antigua, muy años 80, muy convencidos de que es una imposibilidad material el hecho de que una empresa pueda ganar dinero haciendo las cosas bien", dice Galdón, quien participará como expositora en el Board Directors' Summit que organiza el Instituto de Directores de Chile.

Sin embargo, la mayoría de los directores de empresas están en un punto medio entre estos dos extremos, según Galdón, con curiosidad de poder implementar la sostenibilidad, pero también con miedo.

Valor empresarial

La experta resalta que la sostenibilidad puede ser vista como una forma diferente de aumentar el valor empresarial. "Cuando nosotros estamos queriendo crecer el valor de nuestra empresa, debemos tratar de desacoplar la

La experta afirma que la sostenibilidad no implica dejar las ganancias de lado, sino que hacerlo de una forma que sea sustentable en el tiempo.

“La sostenibilidad, por definición, es económica, social y ambiental a la vez. Donde no hay sostenibilidad económica, no hay sostenibilidad. El tiempo es la variable más importante de la sostenibilidad”.

“Que la empresa sea sostenible significa que todos los departamentos incorporan la sostenibilidad como elemento estratégico transversal a la empresa completa y la miran desde ese punto de vista estratégico en torno a cómo gana dinero”.

CONCEPCIÓN GALDÓN
 VICEDECANA DE EMPRESAS CON PROPÓSITO DE LA
 IE BUSINESS SCHOOL



relación tan directa que suele haber entre valor y volumen”, comenta. Es decir, que para aumentar el valor empresarial de la empresa, eso signifique poner más producto en el mercado.

“Puede haber formas diferentes de aumentar el valor empresarial, que eso es lo que queremos hacer para nuestros accionistas, que no implique todo el rato aumentar el volumen o que per-

mita también generar valor social, de manera que reduzcamos el daño ambiental, pero también generemos valor social”, afirma. Uno de estos métodos, menciona como ejemplo, es que una empresa que elabora productos pueda ofrecer servicios asociados a su giro, con lo que aumentaría el valor económico sin crecer la cantidad de productos que vende.

—¿Implica la sostenibilidad dejar la rentabilidad en un segundo o tercer puesto de prioridad?

“No, no puede. No tiene ningún sentido, es absurdo. Una empresa es una organización que genera valor y que captura parte del valor que genera. Entonces, primero hay que pensar en la generación de valor y luego la captura. Claro que el rendimiento eco-

nómico de una empresa es importante, porque esa es su naturaleza”.

“La sostenibilidad, por definición, es económica, social y ambiental a la vez. Donde no hay sostenibilidad económica, no hay sostenibilidad. El tiempo es la variable más importante de la sostenibilidad. Una empresa que quiebra no es sostenible. Entonces es un error fundamental, grave, pensar que cuando uno aplica una lógica de sostenibilidad ambiental y social, eso significa, por definición, que uno va a quiebrar su empresa”.

Un tema transversal

—¿Cómo se puede incorporar la sostenibilidad a una empresa?

“Lo que hay que pensar es que la sostenibilidad es algo transversal a toda la empresa, es un elemento estratégico, no es algo que pertenece a (un solo) departamento de la empresa (...). Hacer donaciones a ONGs no es hacer una empresa sostenible. Es una cosa muy bonita que se llama caridad, que se ha hecho toda la vida y que yo me alegro mucho de que se siga haciendo. Pero no es que la empresa sea sostenible. Que la empresa sea sostenible significa que todos los departamentos incorporan la sostenibilidad como elemento estratégico transversal a la empresa completa y la miran desde ese punto de vista estratégico en torno a cómo gana dinero”.

Debido a esta visión transversal, Galdón afirma que “ninguna empresa puede ser sostenible si no lo lidera el directorio”.

En ese sentido, remarca que son los directores los que deben adoptar este modelo para cambiar sus compañías, por lo que la experta ve dos desafíos principales: el desconocimiento de los directivos sobre la sostenibilidad y la poca información sobre esta materia de calidad que llega a manos del directorio. “Una palanca fuerte que tienen los directores es exigir esa información, que les den los datos y que sus datos sean de calidad y que esté bien trabajada esa información, porque ellos tienen una responsabilidad fiduciaria frente a sus accionistas” afirma.