



Columna



Gerald Pugh Olavarría
Vicerrector UNAB Sede Viña del Mar.

La “moda” de la sostenibilidad

A diario escuchamos hablar de sostenibilidad como si fuera una panacea, una estrategia que resolverá todos los desafíos del mundo moderno. El término está presente en los medios, en los discursos, en las políticas públicas y en las estrategias empresariales. Sin embargo, ¿es la sostenibilidad realmente una moda pasajera o estamos frente a un cambio estructural que redefine la forma en que vivimos y trabajamos?

Cabe mencionar que el concepto de sostenibilidad (o sustentabilidad) no es nuevo. Su uso en obras impresas se remonta al siglo XVIII, cuando Hans von Carlowitz introdujo el manejo forestal sostenible en Alemania. Sin embargo, no fue sino hasta 1987 que la sostenibilidad se difundió globalmente, gracias al impacto del Informe Brundtland de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de la ONU. En dicho informe se establece que “está en manos de la humanidad hacer que el desarrollo sea sostenible, duradero, es decir, asegurar que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias”.

De esta manera, la sostenibilidad se erige como el equilibrio entre las dimensiones ambiental, social y económica, dando lugar al concepto de Desarrollo Empresarial Sostenible cuando dicho enfoque se aplica al mundo de las empresas y organizaciones. Este enfoque supera, aunque también in-

corpora, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), tan popular entre las décadas de 1960 y 2000.

Hoy en día, la sostenibilidad se ha convertido en un concepto estratégico en el ámbito empresarial. John Elkington, experto británico en responsabilidad corporativa, popularizó el modelo del Triple Impacto, que mide el éxito de las empresas no solo en términos financieros, sino también por su impacto en las personas y el planeta. Este enfoque dio origen a modelos de sostenibilidad como el ESG (ASG, por sus siglas en español), que considera las dimensiones Ambiental, Social y de Gobernanza en las empresas, incorporando desafíos, objetivos y metas específicos para cada una.

Estos objetivos son especialmente relevantes para las grandes empresas, supervisadas por la CMF (Comisión para el Mercado Financiero), que informan anualmente sus iniciativas y resultados a través de sus reportes integrados. Sin embargo, es en las empresas de menor tamaño donde debemos concentrar nuestros esfuerzos, incentivándolas a implementar programas de sostenibilidad que incluyan prácticas como reciclaje, eficiencia energética, economía circular, reducción de emisiones contaminantes, desarrollo de los trabajadores y trabajo con las comunidades, entre otros. De esta forma, se evitará considerar la sostenibilidad como una moda, consolidándola como la manera de hacer empresa con una visión de largo plazo.