

# LOS FACTORES QUE DEFINEN A LAS EMPRESAS REALMENTE SOSTENIBLES

Que una organización se autodefine como sostenible no es suficiente y tampoco quiere decir que lo sea. Aquí, los expertos explican cuáles son las pautas que marcan la sostenibilidad, y cómo avanzar con estrategias y políticas robustas.

POR PAULINA SANTIBÁÑEZ T.

La mayoría de las compañías consolidadas y en vías de crecimiento ya entendieron que la sostenibilidad dejó de ser una opción y que es algo vital. Así lo cree Marcela Bravo, gerente general de Acción Empresas, desde su experiencia con las 120 firmas que hoy forman parte de esta iniciativa, y que han incorporado esta mirada en su estrategia

y en el core del negocio.

¿Pero qué hace realmente a una empresa sostenible? Si bien para el académico de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Alberto Hurtado, Christopher Nikulin, uno de los pasos para que una compañía se autodefine como sostenible es a partir de la existencia de una política que esté vinculada fuertemente a preservar el entorno, responsabilidad, ética y un impacto positivo, esta debe manifestarse en su quehacer, desde sus procesos operativos y organización, así como en la mitigación de su

impacto ambiental.

Para ello, Nicolás Westenenk, senior manager de Sostenibilidad y Cambio Climático de PwC Chile, aconseja que las empresas trabajen, inicialmente, en planes estratégicos de sostenibilidad que aporten en la creación de políticas que ayuden a incorporarla en el modelo de negocio. Así, si se parte de una mirada

integral y holística del negocio desde estrategias, se crearán políticas robustas "que apoyen a la implementación de las acciones definidas en un plan de implementación de la estrategia de sostenibilidad".

## Ejes y desafíos

No hay una receta infalible para la creación de estrategias

de sostenibilidad efectivas, pero sí existen ingredientes que son "esenciales para su éxito", acota el director de Sostenibilidad de Sofifa, Ignacio Cobo. Por ejemplo, contemplar un sistema de gobernanza robusto que sea catalizador de la estrategia, una estructura clara y eficiente que explique los objetivos, metas o acciones, además de mecanismos de seguimiento, control y comunicación.

Marcela Bravo acota que la sostenibilidad se debe considerar como un enfoque de negocios que evidencie que el desarrollo económico de la empresa no puede existir si no está en balance con el desarrollo social y ambiental.

Según Westenenk, de no estar en línea con este propósito, las organizaciones solo se verán ajenas a los beneficios de ser sostenibles, y estarán expuestas a consecuencias como pérdidas de oportunidades y de innovación.

Con este panorama, Nikulin señala que el mayor desafío está en asumir un compromiso real para la creación de políticas y estrategias de sostenibilidad: "Desde la práctica, es bastante difícil ver los resultados en el corto plazo, no obstante, ningún cliente querrá ver su ecosistema perjudicado por una empresa sin conciencia ambiental", concluye.