Sustentabilidad: Herramienta indispensable para la competitividad.

La Responsabilidad Social Empresarial y la Sustentabilidad son temas cada vez más discutidos a nivel nacional e internacional. Esto se traduce en múltiples iniciativas destinadas a promover conductas de generación de valor empresarial más allá de la visión clásica, es decir, incorporando los factores ambientales y sociales a la estrategia central de la gestión de las compañías.

Mas allá de estas iniciativas, el compromiso cierto y convencido por parte de las empresas sólo se dará si son capaces de visualizar de manera tangible los beneficios concretos que las prácticas sustentables generan para el negocio, en el corto, mediano y largo plazo.

Considerando este escenario, destaca la relevancia de la RSE y la Sustentabilidad como gatillador de competitividad al interior de las empresas, los gremios empresariales y más importante aún, para regiones y países. Esta relación virtuosa ha sido rescatada por la Organización británica Accountability (Ver sitio), que ha impulsado el concepto de "Competitividad Responsable". En este concepto resalta que, los mercados que recompensan las prácticas empresariales sustentables garantizan éxito económico a las naciones que alientan dichas prácticas mediante políticas públicas, emprendimiento empresarial, innovación y acción ciudadana, viéndose los resultados reflejados tanto en sus empresas como en sus habitantes.

Para mejor graficar esta dinámica de la Competitividad Responsable, Accountability ha desarrollado el Índice de Competitividad Responsable (Ver sitio de la iniciativa), el que pondera 21 Indicadores provenientes de fuentes de información independiente y pretende reflejar el grado en que los países están construyendo estrategias de competitividad, considerando de manera especial los aspectos sociales y ambientales.

Estos indicadores están ordenados en tres sub–índices, cada uno compuesto por siete indicadores que abarcan áreas como:

El compromiso de los Estados, reflejado en aspectos como ratificación de derechos laborales internacionalmente reconocidos, rigidez del empleo, severidad de las regulaciones laborales, Emisiones de CO2, índices de empleos por género en el sector privado, existencia (o inexistencia) de tasas ambientales.

La acción de las empresas, relacionado con políticas referidas a la eficacia de Gobiernos Corporativos de estas, el comportamiento ético de las compañías, la equidad salarial en trabajos similares, la fortaleza de los sistemas de auditoría y contabilidad, el entrenamiento de la fuerza laboral, cobertura de certificaciones ISO y accidentes laborales y/o ambientales.

Aspectos culturales e institucionales complementarios, lo que incluye el Índice de percepción de la corrupción, fuerza de las organizaciones de consumidores, libertad de prensa, transparencia de las transacciones, cantidad de población que participa en ONG's, libertades civiles e impacto de la calidad del aire y agua en las operaciones de los negocios.

Este índice va mucho más allá que el recientemente publicado por el Foro Económico Mundial (Ver información), y se convierte en un referente sobre qué aspectos deben potenciarse a la hora de implementar políticas de RSE y fomentar la competitividad. Por lo tanto, debe ser analizado detenidamente por los gestores en la empresa privada y por los encargados de las políticas públicas.

Pero, en definitiva, cómo podemos en la práctica, aplicar políticas que apunten por una parte, a mejorar la Competitividad Responsable de las empresas y por otra, de nuestros países y al mismo tiempo entregar argumentos de valor al empresariado?. Hay varias opciones:

A través de la cooperación con los proveedores, lo que reduce costos y estimula la innovación, mejora los términos de intercambio e incorpora a la PYME las exigencias de mercados más desarrollados. Al mismo tiempo, proveedores más involucrados, aumentan su productividad y aseguran el suministro a la globalidad de la cadena de producción. Notables son los ejemplos de Empresas como Inditex (Zara) e Ikea que han sido capaces de favorecer el desarrollo de toda su cadena. (Ver caso Inditex y descarga su Reporte de Sustentabilidad, Ver caso Ikea y descarga su Reporte de Sustentabilidad)

Fortaleciendo la buena relación con la comunidad, lo que otorga la Licencia para Operar, cuestión básica a la hora de una operación económica. La licencia para Operar va más allá de los permisos legales, los que pueden ser conseguidos sin mayores inconvenientes por las grandes empresas, pero la legitimidad o licencia para operar sólo puede ser otorgada mediante un real compromiso e involucramiento de las compañías con las comunidades con las que se relaciona. Un ejemplo de esto es el Caso de Disney quien pese a tener todos los permisos legales para construir uno de sus parques temáticos en una zona histórica de la guerra civil no tomó en cuenta a las comunidades afectadas y se vio forzado a cancelar la construcción por no obtener la legitimidad de la Licencia para Operar (Ver historia del caso).

Fomentando el comportamiento medioambiental correcto, que es innovador por naturaleza, generando amplias oportunidades en desarrollo de nuevos productos, acceso a mercados desarrollados y altas márgenes por eficiencia energética de la producción. Esto al mismo tiempo otorga reputación, liderazgo y rentabilidad. Ver el caso de Phillips al respecto.

Procurando no sólo una buena gestión de RRHH, sino que una gestión ética de este recurso. Esto influye directamente en la productividad de los colaboradores, disminuye el ausentismo y favorece la retención de talento al interior de las empresas. Grandes ejemplos de esto son las empresas que obtienen el premio Great Place to Work (Ver sitio Great Place to Work Chile).

Fidelizando a los clientes con información transparente y marketing responsable. Esto no sólo incrementa la satisfacción de los usuarios sino que incide directamente en los retornos de la inversión.

A través del manejo constante de las variables de Sustentabilidad. Esto permite hacer una gestión de Riesgos de largo plazo, cuestión que en los tiempos volátiles en que nos encontramos se convierte en una de las herramientas de competitividad más potente que una compañía, una región o incluso un país puede implementar.

Todas estas prácticas apuntan directamente a fortalecer, en el largo plazo, la competitividad de las empresas, superan ampliamente la filantropía y establecen una relación sólida y sostenible con el entorno social y medioambiental.

Es por esto que debe dejarse de lado la equivocada idea que la Sustentabilidad, es gasto o moda, dado que acciones como las mencionadas anteriormente son un claro ejemplo que la gestión estratégica de la sustentabilidad tiene réditos.

Por lo tanto, la competitividad entendida como la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico, solo puede verse fomentada si se aplican prácticas sustentables. Sólo de esta manera se puede como empresas (y como países) avanzar hacia el Desarrollo y lograr al mismo tiempo permanencia en los mercados.

Latercera.com, Santiago del Chile, 10 sept. 2009, Economía, online.

Autilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais