



BLOG DE NATALIA GONZÁLEZ. ES DIRECTORA CENTRO DE DERECHO REGULATORIO Y EMPRESA FACULTAD DE DERECHO UDD



Natalia González

Directora Centro de Derecho Regulatorio y Empresa Facultad de Derecho UDD

Nunca es tarde para impulsar el crecimiento



LO + VISTO

Sergio Melnick

Camino a la primera vuelta
22/07/2017

Andrés Benítez

Tejado de vidrio
21/07/2017

Mauricio Jürgensen

Siempre hay algo
21/07/2017

Juan Enrique Vargas

Expertos versus ignorantes
25/07/2017

antoniocaceres

"El Museo"
24/07/2017



Sostenibilidad empresarial: un objetivo corporativo

¿Persiguen las empresas la sostenibilidad como un objetivo corporativo?

¿Por qué hacerlo? En algunas empresas se observa poca disposición a incorporar este objetivo toda vez que se asume que aquel implicaría introducir mayores costos en los procesos productivos (como en otras dimensiones de relevancia para la compañía), sin que ello se traduzca en beneficios de corto plazo para la empresa. Mal que mal, el mandato de la administración, correcto por lo demás, es el de maximizar el valor de la compañía para los accionistas (para ser precisos, la regulación de la relación de agencia entre los dueños del capital y los administradores del mismo no excluye el interés de otros *stakeholders* en tanto se entiende que están integrados al gobierno corporativo por la vía de acuerdos contractuales –trabajadores, proveedores- o extracontractuales –comunidades, grupos de interés). Se observa entonces que la sostenibilidad empresarial estaría ubicada, para algunos, en las antípodas de la rentabilidad del negocio o de la competitividad de la empresa. Los altos ejecutivos estarían ante una elección: o desarrollan estrategias corporativas y de producción sostenibles (aparentemente caras y no rentables en el corto o mediano plazo) o estrategias empresariales rentables que no disminuyan la capacidad de competir de las empresas. **La sostenibilidad empresarial estaría aparentemente divorciada de los objetivos del negocio y correría, para algunos, por un carril separado o paralelo, más parecido tal vez al de la responsabilidad social empresarial (RSE).**

Sin embargo ¿Son realmente contradictorios los objetivos? Me parece que no. Y es que en materia de sostenibilidad empresarial no se trata de quien llega primero a cumplir metas socialmente populares que no guardan relación con el interés de la compañía, o de quien tiene más RSE o hace mejor marketing de su RSE. Se trata más bien de adoptar una estrategia corporativa que aborde las diversas dimensiones del quehacer de una compañía, observable, evaluable y revisable de cara a sus accionistas y sus *stakeholders*. De hecho diversos estudios demuestran que la búsqueda de sostenibilidad empresarial se traduce, en el mediano y largo plazo, en un sin número de innovaciones organizacionales, tecnológicas, de procesos y otras que reeditan en retornos para las empresas. Y es que, contrario a lo que pudiera pensarse, el fin de maximizar el valor de la compañía no es contradictorio con la sostenibilidad empresarial. Por supuesto que presenta desafíos e implica que deberán repensarse ciertos modelos de negocios y procesos, pero no se trata de una tarea inabordable o que complota contra el interés de los inversionistas. Una de las ganancias que obtienen las compañías que asumen la sostenibilidad como un objetivo de negocios es que se adelantan a la regulación en la materia. En efecto, ser el primero en “mover la ficha” otorgaría ventajas sustantivas en lo que se refiere a la promoción de la innovación. Las empresas que se anticipan a la regulación, y se guían por los mejores estándares, ganan tiempo para experimentar con proyectos a escala, con nuevos insumos, tecnologías y procesos, aprendiendo valiosas lecciones de dicha experimentación, al tiempo que de ella suelen surgir nuevas oportunidades de negocios. Pero ¿Por qué tendrían las empresas que cumplir con un estándar superior, y no solo el mínimo normativo exigible? La evidencia demuestra que las empresas que se han anticipado, cumpliendo con los mejores estándares globales en materias corporativas y en sus procesos productivos, y que realizan un esfuerzo colaborativo, por la vía de alianzas productivas, no solo han logrado producir ahorros importantes (al beneficiarse de la optimización de los procesos, entre otras), sino que han liderado el camino del cambio y han transformado al regulador en un aliado. En efecto, las empresas que están a la vanguardia en materia de cumplimiento suelen ser aquellas que detectan tempranamente nuevas oportunidades de negocios. **El caso de Hewlett Packard, en Europa, resulta ilustrador. El cumplimiento de mejores estándares se transforma así en una oportunidad competitiva y no es una carga.**

Comentarios

Cargar comentarios

0