

¿Cómo las empresas pueden ser rentables y sostenibles al mismo tiempo?

La rentabilidad sostenible de una empresa significa que una organización ofrece un servicio o producto que es rentable y respetuoso con el medio ambiente. Una organización que pretende enfrentarse a los desafíos mundiales actuales e ir en dirección hacia una gestión más globalizada, debe integrar el desarrollo sostenible dentro de su estrategia.

La sostenibilidad empresarial puede estar motivada por las demandas de sus clientes, de sus empleados o de sus cadenas de valor con el consiguiente impacto que esto tiene en la reputación de la organización.

En nuestro país, el tema de sostenibilidad se encuentra en la siguiente situación, según información de Perú Sostenible:

- Hay un total de 65 empresas con certificación B (organizaciones que buscan dar soluciones a problemas sociales y ambientales).

- Las 265 empresas registradas en la Bolsa de Valores de Lima tienen la obligación de entregar un reporte de sostenibilidad desde el año 2015, según la Superintendencia del Mercado de Valores.

-Unas 82 organizaciones están registradas en el Pacto Global, una iniciativa internacional de la Naciones Unidas para promover el desarrollo sostenible y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Asimismo, un estudio realizado por el Instituto Tecnológico de Massachusetts, demuestra que la sostenibilidad y el beneficio no son mutuamente excluyentes. El 37% de las empresas declara obtener beneficios de la sostenibilidad y una de cada dos ha adaptado su modelo de negocio para aprovechar las oportunidades que ofrece la sostenibilidad.

Para José Carrillo, vicepresidente de alianzas estratégicas de Westfield, escuela de negocios americana, que imparte MBA y Executive MBA online, nos indica que las empresas que han logrado integrar la sostenibilidad dentro su estrategia empresarial, obtuvieron los siguientes resultados;

- Un rendimiento de la inversión (ROI) un 18% mayor que las que no lo hacen.
- Aumentaron sus ventas hasta en un 20%.
- Aumentaron su productividad en un 13%.
- Redujeron la rotación de empleados a la mitad.
- Aumentar el precio de las acciones de la compañía hasta en un 6%.
- Crearon un «dividendo de reputación» por valor de hasta el 11% de la capitalización de mercado.
- Redujeron el riesgo financiero, el costo del capital y el costo de los préstamos.

Del mismo modo, para el ejecutivo, al crear sociedades

sostenibles, propicia mercados y organizaciones fortalecidas. Incluso, las empresas más sólidas son vulnerables a situaciones de inestabilidad social, económica y ambiental. Por lo tanto, es importante que desde la estrategia se implementen de manera exitosa los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), permitiendo la construcción de entornos fuertes y favorables, así como el acceso a nuevos mercados y mejora de la reputación empresarial.