

Rizal Bragagnini: Sostenibilidad en tiempos de crisis

Dentro de los retos en la gestión de negocios, llegará el momento de plantearnos: ¿cómo nos volvemos una compañía sostenible?

De las múltiples definiciones de sostenibilidad, propongo enmarcarnos en los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU**: “ser capaces de cubrir las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades”.

Estos 17 ODS ofrecen una guía en la toma de decisiones para superar brechas de pobreza, inclusión e impacto en medioambiental.



Antje Wandelt: Digitalización de la gestión del conocimiento en las empresas



Dragan Joksimovic: Siete lecciones empresariales para aplicar en épocas de crisis



Karla Horna: Replanteamiento estratégico en crisis

Lo primero es estar totalmente seguros de que queremos

convertirnos en una compañía sostenible, pues será un cambio radical en la forma de hacer las cosas. Si no tenemos en cuenta este primer paso, corremos el riesgo de que nuestros planes de sostenibilidad queden bien para la foto pero no se lleguen a implementar.

Además, si este cambio no se gestiona desde la estrategia de negocio, corremos el riesgo de ser calificados como “green washers”. Tenemos que serlo y parecerlo al mismo tiempo.

Para tomar decisiones, ayuda el modelo clásico de las 3 “p” de la sostenibilidad: personas, planeta y beneficio (profit). Hablar de personas es comenzar por casa: **el estudio Centennials en el mercado laboral peruano (ISIL, 2019)** identificó que cerca del 60% prefiere trabajar en una compañía que valore el bienestar de sus empleados; y cerca del 50%, en una compañía socialmente responsable y con buen propósito.

ODS

Analizando los ODS, ¿cuál(es) se adaptan a nuestra organización y nuestro sector? Por ejemplo, desde el sector Textil apostamos por **agua limpia y saneamiento (ODS 6), energía limpia y accesible (ODS 7), consumo y producción responsables (ODS 12) y acción climática (ODS 13).**

Sobre el beneficio (profit), los bienes o servicios generados bajo este modelo, no solo deberán de ser ambientalmente seguros y socialmente justos, sino también rentables para las

compañías. Las empresas que ya lo están haciendo (desde su modelo de negocio) son ejemplo de que la sostenibilidad puede ayudar a generar mayor rentabilidad.

El momento adecuado para iniciar este proceso de transformación será cuando se tome la decisión al más alto nivel de la compañía. Al final del día, todo se resume en la decisión de asumir el compromiso, buscando, en todo momento, ser coherentes como líderes, organizaciones y ciudadanos.