

GESTIÓN EMPRESARIAL:

El desafío de generar valor real en los territorios

Integrar de manera eficaz la sostenibilidad al negocio implica establecer relaciones sólidas con los trabajadores, proveedores y comunidades, pasando del “hacer para ser vistos” al “ser para impactar”.

RICHARD GARCÍA

La sostenibilidad empresarial ha evolucionado de forma acelerada, pasando de ser una declaración de buenas intenciones a convertirse en una herramienta estratégica clave para garantizar la competitividad y rentabilidad de las compañías. Hoy, más allá de los reconocimientos públicos y las certificaciones, se exige a las organizaciones integrar auténticamente los aspectos económicos, sociales y ambientales en su quehacer diario.

Este cambio de paradigma implica promover una transformación profunda en el modelo de negocio. Isabel Torres, académica del Departamento de Contabilidad y Auditoría de la Facultad de Administración y Economía de la Usach, señala que los directorios deben asumir un rol activo en definir la “gobernanza sostenible”, entendida como una gestión empresarial que incorpora las dimensiones económica, social y ambiental, estableciendo lineamientos claros y asignando recursos específicos para enfrentar desafíos como la mitigación y adaptación al cambio climático.

Carlos Abogabir, director de la consultora GeCo Group, plantea que la sostenibilidad “ya no puede ser un departamento aislado ni un apéndice decorativo del negocio”. En cambio —afirma—, debe funcionar como un verdadero “sistema operativo”; es decir, un marco central que impregna todas las decisiones estratégicas de la compañía.

Trabajar con propósito

Integrar de manera eficaz la sos-



Desde la consultora GeCo Group plantean que es necesario volver a lo básico, donde la sostenibilidad sea el motor del negocio.

tenibilidad en la empresa implica establecer relaciones sólidas con los trabajadores, proveedores y comunidades, generando valor real en los territorios. “El desafío —dice Abogabir— es pasar del ‘hacer para ser vistos’ al ‘ser para impactar’”. Y una forma de lograrlo es creando oportunidades económicas a nivel local.

Desde su experiencia, en sectores como minería, electricidad, puertos y consumo masivo, las iniciativas de sostenibilidad más efectivas son aquellas que fortalecen directamente la mano de obra y proveedores locales. “Estos adquieren verdadera potencia cuando forman parte integral de la cade-

na de valor”, asegura el director de la consultora GeCo Group. Agrega que para consolidar relaciones beneficiosas con los proveedores locales, los programas sostenibles deben ser transparentes, segmentados según necesidades específicas y apoyados por una comunicación fluida y constante hacia el directorio de la compañía.

“La comunicación interna es vital para fomentar una cultura organizacional comprometida con la sostenibilidad. El orgullo colectivo de trabajar con propósito es lo que finalmente transforma a las empresas en verdaderos motores de desarrollo sostenible”, finaliza Abogabir.