

CÓMO VALORA EL MERCADO EL ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD EN LOS NEGOCIOS



Las múltiples crisis que marcan la actualidad en el mundo (ambientales, económicas y sociales) demandan la incorporación de estrategias concretas orientadas a la sostenibilidad del sector privado. Y en efecto, las políticas de sostenibilidad están aportando un valor significativo al mercado y a los diversos grupos de interés de las empresas.

"Estas pueden conducir a una mayor eficiencia operativa y reducción de costos a largo plazo, así como a la mitigación de riesgos ambientales y sociales. En conjunto, contribuyen a la creación de un entorno de mercado más resiliente y sostenible, beneficiando tanto a las empresas como a la sociedad en general", declara la gerenta senior de servicios de cambio climático y sostenibilidad de EY Chile, Rominna Gaete.

Para el senior manager de sostenibilidad y cambio climático de PwC Chile, Nicolás Westenenk, estas prácticas no solo fortalecen la reputación de las empresas, sino que también les permiten aumentar su competitividad y, por el lado más operativo, reducir los riesgos y costos, y estar mejor preparadas en medio de efectos ambientales o sociales, como el cambio climático, las nuevas tendencias de consumidores o las nuevas regulaciones.

Con la idea de poder medir a las empresas que generan

Para diversos expertos, implementar políticas reales de sostenibilidad no solo se ha vuelto una necesidad para enfrentar las crisis sociales, económicas y ambientales de la actualidad, sino también una excelente estrategia de negocios.

estrategias reales en materia de sostenibilidad, en 1999 nació el Dow Jones Sustainability Index (DJSI), que a la fecha se ha posicionado como una de las mediciones más relevantes en esta materia, convirtiéndose en la principal referencia en materia de inversiones sostenibles.

Westenenk valora el alcance de este ranking como un instrumento para poder identificar a las empresas que están incorporando la sostenibilidad en el centro de su negocio. "Aparecer en el DJSI les permite acceder a un reconocimiento como líderes en sostenibilidad, lo que impacta positivamente en términos de reputación y confianza de los inversores y consumidores al transparentar las medidas que están incorporando en sus procesos", asegura.

DJSI y los retornos

Si bien el líder de sostenibilidad en Deloitte, Gabriel Acuña, manifiesta que este índice entrega una señal positiva al

mercado, explica que es complicado medir el impacto real de estar en el DJSI, ya que no existe suficiente evidencia para establecer una relación causal entre aparecer en el índice y resultados comerciales específicos como mayores ingresos, participación de mercado o reducción de costos de financiamiento.

No obstante, Acuña explica que cuando la estrategia y gestión de sostenibilidad están alineadas con el negocio y agregan valor a la marca, se puede afirmar que también suman valor a la empresa, como ocurre, por ejemplo, con los certificados de cobre responsable en la mediana minería y el aumento de sus ventas en Europa.

"Si la estrategia de sostenibilidad genera un retorno sobre el capital superior al costo de financiamiento, ya sea aumentando ventas, reduciendo costos o mejorando el costo de capital, y esto es creíble, debería reflejarse en su valor de mercado", comenta.

Es por ello que, para Gaete, las empresas deberían considerar la sostenibilidad como un activo financiero. "La sostenibilidad no solo mejora la relación con los grupos de interés, sino

que también puede conducir a una mayor eficiencia operativa, reducción de costos y mitigación de riesgos a largo plazo. En un mercado cada vez más consciente de los impactos ambientales y sociales, la sostenibilidad se convierte en un diferenciador competitivo y una fuente de valor económico", dice la gerenta de EY.

La directora del Observatorio de Sostenibilidad de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, Reinalina Chavarrí, pone en relieve que integrar la dimensión ambiental hoy está siendo complejo porque las políticas gubernamentales y modelos de negocios jamás lo habían considerado en sus decisiones. "Una vez que se ha iniciado este camino debemos aprender con ensayos y errores a valorar la naturaleza como un activo y no como una externalidad. Es un gran aprendizaje para la humanidad en la evolución de los argumentos que fundamentan nuestras decisiones", puntualiza.

La académica además precisa que, como es de esperar, los países más desarrollados y con instituciones más sólidas son los que están más avanzados en esta materia. "Allí, donde existe mayor convergencia entre los actores públicos, privados y sociedad civil, este tipo de políticas son más valoradas por las partes porque son ellas mismas las que se han comprometido", reflexiona.

MÁS DE
80%
DE LOS INVERSIONISTAS CREE QUE TRABAJAR EN POS DE EMPRESAS SOSTENIBLES GENERA MÁS VALOR A FUTURO, SEGÚN UNA ENCUESTA DEL SCHROEDERS GLOBAL INVESTOR STUDY.