

EL CEO SUSTENTABLE

POR ALEJANDRO
ESPINOSA HERRERA



Profesor del área de Entorno
Político y Social en IPADE
Business School

Milton Friedman, premio Nobel de Economía y uno de los principales ideólogos del liberalismo en el siglo XX, afirmaba que “el negocio de los negocios es el negocio”. En otras palabras, las empresas, los directores y los empresarios deberían enfocarse en hacer negocio y maximizar las utilidades. Todo lo demás, sobra. **Hoy sabemos que ese enfoque no solo no alcanza, sino que fracasa.**

Hoy un CEO o empresario debe preocuparse por más que la utilidad. El entorno le exigirá sustentabilidad. Las empresas y los directores tienen un rol social mas no deben ver a la sustentabilidad como una carga onerosa o una distracción de la búsqueda de utilidades, sino como un aliado para el crecimiento.

La sustentabilidad ya representa un diferenciador. Aquellas empresas que están integrando de forma efectiva los factores ESG (Environmental and Social Governance) en sus estrategias y modelo de negocio están obteniendo una ventaja competitiva, de innovación y de valor.

La emisión de bonos, deuda y acciones de empresas que incorporan ESG están obteniendo mejores capacidades de fondeo, financiamiento, y crecimiento de valor de sus acciones. En el complejo escenario mundial actual, con alta incertidumbre y altas tasas de interés, las empresas sustentables atraen inversiones, obtienen mejores condiciones de crédito y dan más certidumbre, lo que las hace más competitivas. Resultado de ello, el desempeño de acciones ESG en la bolsa de valores de Nueva York es superior al de las empresas del índice SP500. En América Latina, los CEOs y las empresas tienen una gran oportunidad ya que, de acuerdo con Moody's, menos del 1 % de las empresas de la región tienen una calificación CIS-1 Positiva en su impacto crediticio ESG.



Las empresas competitivas laboralmente, que atraigan y retengan el mejor talento, serán las sustentables. En este caso, la sustentabilidad se logrará al integrar y alinear de forma honesta los intereses de las personas, no solamente como trabajadores sino como humanos, a los intereses de la empresa, adaptándolos. Para ser competitivos se tiene que ofrecer más que un empleo y un salario. Una opción son los beneficios laborales, no solo como una estrategia de marketing o productividad, sino por su rol social y ético para la sociedad.

Por otro lado, está la formación del director en la sustentabilidad. Las Naciones Unidas reconociendo que sin el empresariado es imposible cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible para 2030, crearon el programa “Principles for Responsible Management Education” cuyo objetivo es introducir la sustentabilidad en las escuelas de negocios. El IPADE no solo es miembro del programa PRME, sino que su factor diferenciador siempre ha sido el énfasis en el factor humano. Hoy, tenemos centros de investigación abocados a la sustentabilidad, entre ellos el Centro de Investigación en Responsabilidad Social, promoviendo la sustentabilidad en la alta dirección.

En resumen, el CEO del siglo XXI debe tener la sustentabilidad en el core del negocio. La sustentabilidad lleva a la innovación, no solo de productos sino de nuevos mercados. Aumenta el compromiso de los trabajadores y la satisfacción laboral, atrayendo talento. Aumenta las utilidades, disminuye los costos. Se vuelve un factor diferenciador y atractivo para los clientes. Abre la puerta a nuevos mercados e inversionistas, generando empatía con el entorno y creando comunidad. ●