

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo
-------	--------	------	------	--------

30/01/2013 DIARIO PULSO - STGO-CHILE 16 4 SUSTENTABILIDAD, ¿DE QUE ESTAMOS HABLANDO?

### Punto de Vista

# Sustentabilidad, ¿de qué estamos hablando?

—por ALEX GODOY—



**E**N 2013, el término de sustentabilidad estará de moda, concepto del cual mucho se habla, poco se entiende, mucho menos se comprende, pero mucho se vende. Al igual que hace años atrás, cuando la temática de Responsabilidad Social desembarcó en Chile.

Muchos piensan que sólo se trata de implementar indicadores, estudios de métricas o análisis de brechas, lo que al cabo de los años ha llevado a que la percepción en el consciente colectivo sea considerarla como parte relevante de las organizaciones, pero que se pierde entre el marketing, relaciones públicas y lavado de imagen. Esto mismo es lo que puede suceder en 2013.

¿Por qué ha de pasar esto? Simple, por no entender ni comprender sobre lo que estamos hablando y que la sustentabilidad comprende la creación de capacidades y no el outsourcing de las mismas. Toda organización debería tener como meta ser un aporte al desarrollo sustentable de una nación, la cual sólo es posible alcanzar mediante el equilibrio de los ejes social, económico y ambiental. Esto, que parece simple, no lo es, ya que la forma de lograrlo es a través de la sustentabilidad, la estrategia de balanceamiento de los ejes en donde la sustentabilidad del negocio se basa en una explotación racional de recursos –sustentabilidad ambiental– con la creación de valor compartido en lo social.

La complicación para el desarrollo de una estrategia para la sustentabilidad es “hacer la bajada” desde la política o la mera declaración de principios al quehacer organizacional; en donde brechas, mitos y paradigmas antiguos entre gobiernos corporativos, niveles ejecutivos y operacionales deben hacer que la ingeniería detrás –la que finalmente hace realidad la declaración de compromisos– sean un continuo a lo largo de una organización, creando así una nueva cultura.

A diferencia de la Responsabilidad Social, el lavado de imagen en estos temas es fácil de detectar y muy difícil de defender. Éste va más allá de métricas, indicadores o de una estrategia de un papel, porque radica precisamente en el actuar de una organización y donde ya no se puede ser sólo responsable medioambientalmente si en temas laborales nos encontramos en deuda o viceversa. Ésta tampoco depende del consultor o alianzas de turno, como lo ha sido hasta el día de hoy, porque como el término está de moda, todos han migrado a llamarse de igual forma sustentables, lo que puede transformarse en un “commodity”, cuando en realidad es más profundo que eso. Para hablar de sustentabilidad se deberá tener cuidado, porque ésta es un área donde no sólo importa el mensaje, sino también el mensajero que, no obstante, será foco del ojo del escrutinio público. Por lo tanto, si desea introducirse en temas de sustentabilidad piense que este será el eje de todas sus acciones y donde con quien forma alianzas será relevante, ya que en este tema a nivel internacional el prestigio no se compra, sino que se crea y construye, en donde la trayectoria sí importa. ●

*Director Magister en Gestión de la Sustentabilidad  
Facultad de Ingeniería  
Universidad del Desarrollo.*

