



19.10.2022

Por Santiago A. Sena

## **“Equipo que gana, no se toca”, ¿para qué comenzar un cambio en temas de sustentabilidad?**

Hace muchísimos años, ya más de 25 siglos, Sócrates afirmaba que si entendiéramos las externalidades y las últimas derivadas de cada una de nuestras acciones, no nos quedaría otra alternativa que obrar siempre bien. Sin embargo, la realidad nos muestra algo diferente a lo que se conoció como la teoría del “intelectualismo socrático” en honor al sabio filósofo griego. Todos tenemos la experiencia de que, muchas veces, conociendo perfectamente la naturaleza, la finalidad y las consecuencias de nuestros actos, no obramos conforme a lo más razonable, sino guiados por otras motivaciones, muchas veces no tan elevadas, espirituales ni sabias. Sabemos que algo no está bien pero lo hacemos de todas maneras.

¿Por qué obramos de esta forma? Porque ponderamos el valor del corto plazo y la satisfacción más inmediata por sobre el trabajoso camino de construir valor hacia el futuro. Este comportamiento explica –en parte- desde lo difícil que es bajar de peso o la infidelidad a la no inversión en investigación y desarrollo (I+D). Tendemos a subestimar el impacto que tiene la utilidad marginal y acumulada de las pequeñas acciones, sin considerar que muchos de los problemas más graves que tenemos que enfrentar como humanidad están atravesados por millones de micro acciones que, en su conjunto, generarían un cambio sistémico. El punto no sólo es por dónde empezar, sino, ¿quién empieza?

En términos ambientales, la situación ya es urgente: hay que cambiar la forma como producimos y como consumimos de manera radical y muy veloz. Sin embargo, muchas empresas en diferentes industrias incorporan esta realidad de manera lenta y trabada. El beneficio del corto plazo se sigue priorizando a la construcción de valor sostenida en el tiempo. Y hay muchas resistencias. Por definición, falla el abordaje estratégico. La pregunta, por tanto, es: ¿por qué hacerlo? ¿Para qué ser “más verdes”?

Primero, para mitigar riesgos. Las instituciones están generando normativa cada vez más exigente en relación al medio ambiente, en un creciente número de industrias. Es mejor moverse anticipadamente, al ritmo en que la empresa quiere y puede hacerlo, incluso interviniendo y sugiriéndole a las autoridades formas concretas de implementación, antes que tener que hacerlo de manera intempestiva y forzada, por el súbito cambio en las reglas de juego. La prohibición del uso de sorbetes en el ejido de la ciudad de Buenos Aires puede ser un ejemplo de lo anterior: el gobierno dispuso la prohibición y estableció un plazo de menos de seis meses para que nadie pudiera comercializar ni utilizar sorbetes plásticos. Imagínese Ud. a los equipos de compras o de operaciones de algunas cadenas de cafés o de comida rápida...

Segundo, para abrir la puerta (o, al menos, dejar de cerrarlas) para recibir financiamiento o inversión. Los grandes fondos no sólo ponderan riesgo, sino también el impacto

medioambiental de las empresas en las que tienen posiciones. A su vez, constantemente aparecen nuevas líneas de crédito –en algunos casos, con tasas mejores a las medias del mercado- que tienen que ver con el desarrollo de unidades de negocio o con la puesta en marcha de procesos de transformación vinculados a la sustentabilidad.

Tercero, porque lo pide la gente. El World Values Survey preguntó entre 2017 y 2020 si la protección del medioambiente debería ser prioritaria, incluso si eso significara ralentizar el desarrollo económico con un consecuente impacto en el empleo. En muchos países la tasa de respuestas positivas supera el 70%, tales como en Suiza, Islandia o Bolivia, y en una gran cantidad de países, incluyendo a buena parte de los latinos, supera el 50%. Por tanto, un trabajo bien realizado en relación al posicionamiento de marca en temas de cuidado ambiental atrae nuevos clientes y satisface a los actuales, mejora la reputación de la compañía, atrae y colabora con la retención de talento (particularmente sub 30) y optimiza la denominada “licencia social”. Todo esto, a la corta o a la larga, se transforma en mejores resultados.

Cuarto, porque la sostenibilidad es eficiente. Es cierto que los costos de puesta en marcha pueden ser elevados (aunque mitigados por la existencia de crédito). Pero, una vez implementados los cambios, la sostenibilidad paga. Desde el ahorro de la patente y el ahorro en combustible para los vehículos eléctricos, al mucho menor uso de insumos en el agro o al ahorro de agua y energía que supone un edificio certificado LEED. Usar menos recursos o menos insumos (como fertilizantes, por citar solo un ejemplo) mejora los márgenes operativos.

Por último, casi como una combinación de todo lo anterior. Porque la tendencia es que todos estos motivos tiendan a profundizarse en el futuro cercano y no tan cercano. Por lo que no apostar por la sustentabilidad puede impactar en la competitividad de mediano plazo. O sea, en la misma capacidad de creación de valor de nuestras organizaciones.

Cambiar, cuesta. Duele. Y los beneficios del ahora muchas veces parecen más atractivos que los esfuerzos que supone un mañana supuestamente mejor. Sin embargo, los motivos para cambiar son variados y potentes. Por tanto, para las empresas es hora de pensar estratégicamente, ponderando la creación de valor sostenido en el tiempo por sobre mayores beneficios en el próximo trimestre o en los próximos años, de tal manera de garantizar la supervivencia de sus organizaciones en un mundo que cada vez reclama “más verdor”.

---

Este espacio de columnas consiste en una serie de columnas de índole informativo/periodístico cuyo contenido es de autoría y responsabilidad exclusiva de cada columnista invitado. Las opiniones y afirmaciones contenidas en cada columna no reflejan ningún tipo de perspectiva acordada de antemano entre el columnista y Banque Heritage Uruguay S.A., ni deberán considerarse una opinión o afirmación de Banque Heritage Uruguay S.A. Asimismo, el contenido de las columnas no podrán ser consideradas como una oferta, asesoramiento o recomendación para venta, compra o realización de cualquier transacción con valores por parte de Banque Heritage Uruguay S.A. La información contenida en este email no debe ser utilizada, copiada ni reproducida de cualquier forma sin autorización expresa y por escrito de Banque Heritage Uruguay S.A.

Seguí nuestras columnas en LinkedIn <https://www.linkedin.com/company/heritage-uruguay/>

Banque Heritage Uruguay es una institución de intermediación financiera supervisada por BCU. Por más información puede consultar nuestro sitio [www.heritage.com.uy](http://www.heritage.com.uy) o el sitio de BCU [www.bcu.gub.uy](http://www.bcu.gub.uy). Por consultas o reclamos dirigirse a [atenciondereclamos@heritage.com.uy](mailto:atenciondereclamos@heritage.com.uy) o en [www.heritage.com.uy](http://www.heritage.com.uy)