



07.11.2022

Por Santiago A. Sena

Sustentabilidad: *una agenda posible para la empresa uruguaya*

Asumamos que estamos convencidos de que la empresa en la que trabajamos necesita estar más atenta al medioambiente y, en la medida de lo posible, cambiar... La gran pregunta es, ¿por dónde empezar? ¿Cómo hacerlo? A continuación, proponemos 4 iniciativas distintas para responder a estas preguntas.

Primero, parafraseando al Oráculo de Delfos: “conócete a ti mismo”. ¿Existe la posibilidad de tener una conversación relativa a la sustentabilidad en el marco de la organización en la que participo? Si ni siquiera existe ese clima mínimo, puede ayudar preguntar: ¿qué está haciendo la competencia? ¿Por qué aparecen cada vez más iniciativas, en diversas industrias, que privilegian la comunicación de las iniciativas ambientales? ¿Quiénes son los *stakeholders* a quienes el tema les parece relevante? ¿Coinciden con nuestros propios grupos de interés y de presión? Despertado el interés a través de algunas conversaciones, vale preguntarse, ¿cómo podemos posicionarnos y diferenciarnos en un tiempo relativamente corto en este tema? Claro, los *quick wins* son eso, pequeñas victorias que no agotan la densidad del tema. Pero ganar pequeñas batallas no sólo envalentona a la propia tropa, sino que tiene un efecto persuasivo entre quienes se opongan a la agenda de cambio.

En términos más contemporáneos, según el gurú del Management, Peter Drucker, lo que no se mide no se controla ni se puede gestionar, por lo que tampoco puede mejorarse. Por eso, lo primero que hay que hacer es entender dónde estamos parados a nivel organizacional en términos ambientales. Conócete a ti mismo se traduce, entonces, por “mídete a ti mismo”. ¿Medirse en relación a qué cosa? Si el desarrollo del tema es nulo, hay variada oferta en el mercado uruguayo de profesionales que puedan medir el nivel de emisiones de carbono, del tipo, cantidad, separación y gestión de los residuos o en el uso de la energía o del agua. Por algo se empieza. Y realizada la primera mensura, queda mejorar.

Segundo, se mide para gestionar. Pero gestionar es un rótulo amplio. ¿Qué hacemos? ¿Cuál es la medida? ¿Hasta dónde vamos con la profundidad de las iniciativas ambientales? Se empieza por tomar conciencia, pero se sigue por mitigar las externalidades negativas. Si al mirarnos al espejo notáramos que hay cosas para mejorar, mejorémoslas. Ahora, no vamos a alcanzar los (exigentes) objetivos ambientales que se proponen los grandes acuerdos entre naciones simplemente mitigando el impacto actual. Para revertir la debacle ambiental, a la larga –siempre en la medida de lo posible–, tenemos que apuntar a la regeneración ambiental. Esto es, que la presencia de nuestras organizaciones en el mundo no sólo “contamine poco”, sino que, primero, sea neutro y, más tarde, colabore con un planeta capaz de regenerarse a sí mismo. Es una vara

altísima, pero sirve como norte para la acción. Este debería ser el propósito organizacional en términos ambientales.

Tercero, formando alianzas y participando de grupos de interés donde poder aprender de y junto con otros. La envergadura y la urgencia de la cuestión ambiental empujaron a muchas empresas a salir de una lógica de estricta competencia para abrirse a dinámicas de cooperación y colaboración. El mundo de la sustentabilidad es, permítaseme el chascarrillo, por naturaleza, abierto y colaborativo. Y hay muchas empresas que ya hacen las cosas bien y que están muy dispuestas para compartir algunas de sus buenas prácticas. Lo hacen en foros y en cámaras, a la vez que participando de distintas organizaciones que las nuclean en función del interés y del compromiso con el medio ambiente. En Uruguay, destaca la labor de DERES. Hace algunos meses, por citar otro ejemplo, se lanzó la red Pacto Global de la ONU también en el país. Y Sistema B, que certifica las buenas prácticas en materia socioambiental, tiene presencia en la región hace muchos años.

Cuarto, y sí, recién en cuarto y, por tanto, último lugar, reportar lo conseguido. La tentación, particularmente cuando el tema se gestiona desde las áreas de comunicación, es mostrar todo de manera muy veloz. La sugerencia, a fin de poder ganar consistencia y legitimidad, es a reportar recién al final. ¿Reportar qué y a quién? Allí, cada empresa deberá encontrar el ámbito que mejor represente a su industria y donde más cómoda se sienta. De los 10 principios del Banco Mundial o los ODS al *Global Reporting Initiative* (GRI), el Marco Internacional de Reportes Integrados (IIRC) o el *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB), cada organización deberá investigar y entender cuál es el sayo que mejor le cabe y bajo cuyas prerrogativas quiere regirse. Hacerlo es valioso porque nos da comparabilidad con otros, elevando nuestro *benchmark*, a la vez que abriéndonos a conocer nuevas buenas prácticas e inspirarnos en el trabajo de otros.

Decía Séneca que ningún viento es favorable para quien no sabe a qué puerto navega. Habiendo fijado el norte ambiental, queda ahora preparar la embarcación y lanzarnos a la aventura de la transformación. Será un desafío, sin dudas, pero no estamos solos. Y el camino, si bien desafiante, ya fue navegado por otros antes.

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 o el sitio de BCU www.bcu.gub.uy. Por consultas o reclamos dirigirse a atenciondereclamos@heritage.com.uy o en www.heritage.com.uy