

El decálogo de la sustentabilidad

por Maximiliano Kronenberg

◆ Negocio, comunidad y medio ambiente: ese efecto de "triple impacto" es utilizado, hoy como una herramienta de medición para empresas y emprendimientos. Un encuentro de Banco Galicia y la consultora SMS puso la lupa sobre los puntos clave de esta nueva forma de balance y aportó ejemplos locales.



Una empresa que puede sostener un nivel de ventas que le garantice niveles de rentabilidad aceptables, luego de haber pagado todos sus impuestos y obligaciones financieras. ¿Qué otras características habría que agregar para decir que esa empresa es sustentable? No pocas: entre diez y 160 atributos adicionales, según las corrientes que se van imponiendo en el mundo a medida que avanza el nuevo siglo. También puede ser condensado en la fórmula de triple impacto: empresas que atienden su ecuación económica, pero también ambiental y social.

De eso se trató el encuentro que organizaron Banco Galicia y la consultora SMS Latinoamérica, en los últimos meses del año pasado: un espacio dirigido específicamente a la pequeña y mediana empresa argentina, para plantearles en sus propios términos las nociones de sustentabilidad y ejemplos concretos de sus pares locales que están avanzando en esa dirección.

“Por lo general, las pymes están subsumidas a espacios de sustentabilidad de otras

VISIÓN INTEGRAL

Lucas Utrera y Costanza Gorleri plantean que la pyme puede incorporar “el triple impacto” en su tarea cotidiana.

empresas grandes, nacionales o multinacionales, donde suelen cumplir un rol como proveedoras. Lo interesante es también poder pensar la gestión sustentable de una pyme desde lo genuino", planteó Lucas Utrera, director de Sustentabilidad de SMS Latinoamérica.

"No es necesario tener algún especialista en sustentabilidad dentro de una empresa pyme. Es el negocio en sí que debería ir entendiendo, captando y sumando variantes, aspectos relacionados a esta idea", agregó Costanza Gorleri, gerenta de Sustentabilidad del Banco Galicia.

El encuentro tuvo lugar en el auditorio del edificio Plaza Galicia, en el barrio porteño de Chacarita, el mismo escenario donde tuvieron lugar las dos ediciones de los Premios PYME.

Utrera señaló que el tema de la sustentabilidad generalmente está planteado desde la óptica de la empresa grande y el enfoque cambia por completo si ese mismo tema es enfocado desde el punto de vista de una

empresa chica o mediana. "Todavía estamos en la lógica del día a día en cuanto a la supervivencia de la pyme, algo lógico en estos tiempos, pero eso no quita que podamos tener espacios específicos de reflexión sobre sustentabilidad", dijo. "La sustentabilidad implica una mirada de corto y de largo plazo. De lo contrario, el empresario siempre se queda en la crisis".

INICIATIVAS DEL SXXI

El consultor detalló la iniciativa de Naciones Unidas sobre impacto global para empresas. "El siglo XXI comenzó con el propósito de sumar a las empresas a estos temas de desarrollo que tanto buscamos. La ONU promovió 10 principios que tienen que ver con el rol de las empresas en relación a los derechos humanos", dijo. "Los principios 3, 4, 5 y 6 se refieren a los estándares laborales. Cómo soy con el empleador, cómo evitarla discriminación, el trabajo infantil, el trabajo forzado y promover libertad de asociación. Los principios 7, 8 y 9 están referidos a la responsabilidad ambiental y a mayor eficiencia y a introducir tecnologías para el medio ambiente. Y el principio 10 tiene que ver con combatir la corrupción en todo tipo de formas, como extorsión, sobornos. Son temas de transparencia y cumplimiento".

Agregó que se trata de iniciativas voluntarias. "Cualquier empresa se puede adherir firmando una carta enviándola online a la ONU. Es un compromiso voluntario. Nadie te va a auditar pero, a la vez, se espera que la empresa comunique anualmente qué hace sobre estos temas. En Argentina hay unas 600 empresas de impacto global y de todos los tamaños".

¿Cómo se lleva a cabo? La herra-

mienta por excelencia, explicó Utrera, es un reporte de sustentabilidad: se trata de un documento público y voluntario que refleja la gestión integral de la organización económica, social y ambiental al año vencido. "El estándar Global Reporting Initiative (GRIP) es el más utilizado en todo el mundo y está totalmente estandarizado. Te permite ver el consumo de agua de una pyme en Japón, África, Argentina, donde sea. Es una rendición de cuentas que se hace en forma anual y vuelve más creíble todo lo que hacés. Unas 17.000 empresas en el mundo usan GRIP, pero son pocas las pymes (en América Latina hay un 14%), si bien la cantidad crece año tras año".

El reporte de sustentabilidad, explicó, comunica los temas más relevantes del negocio de la empresa en relación a los grupos de interés. "Un ejemplo concreto: qué quieren escuchar de mí la comunidad de vecinos, los clientes, los proveedores, etc. En función de eso voy a responder en mi reporte de sustentabilidad".

Según detalló, el GRIP ofrece una batería de más de 160 indicadores que tienen que ver con cuestiones de gobernanza ("es un tema importante en las pymes, sobre todo si se tratan de empresas familiares"), de estrategia de sustentabilidad, recursos humanos, el rol de la mujer, salud y seguridad o la cadena de valor con proveedores y clientes. Otras cuestiones son los reportes en cuanto a desempeño económico, marketing y producto y gestión ambiental. "También te muestra todo lo que las empresas tienen que mejorar. Lo importante en ese reporte es ser precisos y confiables para que podamos ser creíbles".

VENTAJA

"Me gusta la idea de pensar en la sustentabilidad como una ventaja competitiva", dijo por su parte Gorleri. "Soy una de las convencidas de la sustentabilidad o este nuevo paradigma va a funcionar en la medida de que cada uno se apropie de estos conceptos".

La ejecutiva señaló que no es necesario que las pequeñas y medianas empresas deban plantearse el arco completo de metas y objetivos de sustentabilidad sino, más bien, que



"No es un tema de un área sino que es un tema de todos: de compras, de recursos humanos, de seguridad, de cómo se mejora en todos los temas".

Lucas Utrera

incorporen esa amplia paleta de opciones para elegir aquellas más afines con el emprendimiento.

“Puede ser que definamos un objetivo de desarrollo o puede ser que definamos una meta. La idea de trabajar sobre 17 objetivos y 169 metas me resulta abrumador, pero es muy válido para una empresa definir cuál es su foco estratégico y bajo que parámetros hacer esa medición”.

Gorleri remarcó que, dentro de una pyme, no es necesario tener a un “especialista” del amplio temario de la sustentabilidad ya que, de hecho, no son pocas las empresas grandes donde es el gerente general quien asume ese rol de líder en el tema de sustentabilidad, en virtud de la “transversalidad” de sus temas. “Lo que hace falta es definir cuáles son aquellas cosas que, a partir de una mirada estratégica, empezamos a impulsar. Se trata de un ordenamiento no sólo nos da un horizonte claro sino que nos permite también decir no. Nos habilita a decidir cuál no es nuestro foco, ya que hay muchas cosas que podríamos hacer. Tenemos que empezar a pensar cada uno dentro de su organización – y algunos estarán mucho más avanzados que otros – cuáles son aquellos focos en los cuales quieren empezar a desarrollar su estrategia y su camino”.

Según contó, en los últimos años el área pyme del Banco Galicia se fue sofisticando y ofreciendo distintas herramientas. “El equipo no solo piensa la relación con la Pyme desde una lógica solamente del financiamiento sino de una manera mucho más integral, donde las capacitaciones y la formación son tomadas como un enorme diferencial, en esta búsqueda de contribuir al desarrollo del país. Las pymes son un actor principal y preponderante para que eso pase. Si bien hay acciones que están vinculadas a la reputación, nuestra mirada y acompañamiento pyme es mucho más amplio y mucho más de fondo”.

“La sustentabilidad tiene que ver con mirar de manera integral la organización y tratar de aportar valor social ambiental a todas las decisiones”, agrega Utrera. “No es un tema de un área sino que es un tema de todos: cómo el sector de compras se ocupa de no comprarle a cualquier proveedor sino comprarle algunos que garanticen

estándares sociales ambientales; cómo recursos humanos se ocupa de generar políticas a los empleados; cómo el área de seguridad ambiental se ocupa de que mejoren los indicadores. En general, cómo vas mejorando en estos temas”.

EJEMPLOS LOCALES

Utrera planteó el caso de Alunco, una empresa de agua mineral de Bariloche que plantea el cumplimiento de estándares que aseguren la salud y el medioambiente. “La empresa vende productos de agua embotellada en un acuífero en las afueras de Bariloche. Lo interesante de esto es que la aerolínea de lujo Emirates estaba buscando el agua mineral más pura del mundo para ofrecer a sus clientes en clase business y llegó a la conclusión que esa es la de Alunco y la contrató para abastecer a sus pasajeros”, destacó.

También mencionó a Arbusta, una empresa de tecnología que tiene más de 300 personas que tiene objetivos de rentabilidad. “Pero a la par de la facturación, su objetivo es generar puestos de trabajo para jóvenes que nunca habían tocado una computadora. Son jóvenes sin secundario completo, alejados de toda posibilidad de conseguir un empleo formal en la Argentina de hoy. Pero a partir de una mirada de análisis de potencialidad que hace Arbusta, mediante un proceso de capacitación bastante rápido empiezan a brindar servicios de testing, software, manejo de redes sociales en empresas, etc”.

Stefano Vertari, jefe de Propuesta de Valor de Negocios y Pymes del Banco Galicia, agregó el caso de Xinca, una fabricante de zapatillas sustentables. “Los productos están hechos de materiales descartables, neumáticos

y telas. Es el anti-marketing. Es una empresa “B” de Mendoza y nacieron porque vieron que hacer zapatillas es un producto factible. Acá se ve claramente cuál es el propósito y cómo lo hago, como resolver la problemática de los residuos a partir de un producto necesario, competitivo, de calidad. También está cómo lo hago, si lo hago con materiales de descarte, etc., y si también trabajo con personas excluidas”.

Finalmente, trajo el caso de Dimare, la empresa familiar fabricante de los bloques Rasti. “Ellos dejaron un sello abierto para cualquier producto que esté hecho con producción inclusiva y en este caso es con personas con discapacidad que participaron en este proceso. Sergio Dimare decía que si lo comunicaba, iban a pensar que estaba explotando a personas con discapacidad. Pero han logrado incorporar a su cadena de valor, haciendo estos bloquecitos, a personas con discapacidad, pagándoles lo que les corresponde. Lo que le decíamos a Sergio era lo siguiente: es tan valioso lo que estás haciendo, ¿cómo no lo vas a comunicar?”. ●

“Trabajar sobre 169 metas resulta abrumador, pero es muy válido para una empresa definir cuál es su foco estratégico y bajo que parámetros hacer esa medición”.

Costanza Gorleri

