



La sostenibilidad

como catalizador de la confianza pública



Mery Patricia Tamayo Plata y Jesús Alonso Botero García
Investigadores de la Escuela de Finanzas, Economía
y Gobierno EAFIT

La sostenibilidad es protagonista en discusiones públicas y análisis estratégicos de todo tipo de organizaciones. Para entender cómo inciden en la sostenibilidad del planeta, algunas empresas han incorporado análisis de impacto en ASG —asuntos ambientales, sociales y de gobernanza—, mediante la aplicación de estándares como la Iniciativa de Reporte Global.

Los análisis de sostenibilidad como la Iniciativa de Reporte Global —GRI, por sus siglas en inglés—, valoran tanto las **externalidades** negativas asociadas a la gestión empresarial, así como las contribuciones positivas de la organización que incrementan su credibilidad y confianza en la sociedad.

A partir de la Directiva 2022/2464 de la Unión Europea, se establece un estándar complementario con el concepto de “**doble materialidad**”, según el cual no sólo es importante reportar la incidencia que las acciones de una empresa tienen sobre temas ASG —**materialidad de impacto**—, sino también la forma en cómo esos temas afectan el desempeño financiero de la organización, los riesgos que enfrenta y las oportunidades que genera con su gestión, a través de la **materialidad financiera**.

Los reportes de doble materialidad, que conectan la sostenibilidad con la gestión del , son cada vez más relevantes conforme se consolidan los estándares y metodologías respectivas. Lo que queda claro es que hay una progresiva conciencia en el mundo empresarial de la conexión entre la sostenibilidad socioambiental y la sostenibilidad corporativa.

En este sentido, será cada vez más importante para las organizaciones desplegar y comunicar sus **estrategias de sostenibilidad**.

La importancia del **valor público** generado por una organización no depende sólo de lo que se ha llamado “responsabilidad social empresarial” (RSE), sino también de la comunicación pública con las “partes interesadas” y la percepción que estas tienen de las acciones de la empresa. Casi todos preferimos consumir bienes y servicios provistos por una empresa que evidencia cómo contribuye al progreso social y al cuidado del medio ambiente. Es en relación con las “partes interesadas” —personas o entidades en la órbita de influencia de la organización—, donde se definen aspectos críticos de la sostenibilidad y de los riesgos que delimitan el futuro de la empresa.

Cuando la organización comunica de manera transparente y con **evidencia económica** sus compromisos y resultados en sostenibilidad contribuye a reforzar su legitimidad, fortalecer la confianza ciudadana en las instituciones públicas y privadas, y mejorar en conjunto el entorno de gobernanza.

El fortalecimiento de la **confianza pública** y la sostenibilidad organizacional exige una gestión informada y basada en la evidencia. Herramientas como **Bien+**, metodología desarrollada en EAFIT, permiten a las organizaciones evaluar el valor público que generan, conectando sus estrategias con resultados sociales tangibles, y garantizando su sostenibilidad a largo plazo, atenuando riesgos y asegurando su “licencia social” para operar.

La transparencia fortalece la confianza pública y despliega herramientas para optimizar el uso de los recursos, propendiendo por mejores condiciones de vida en sociedad, el ejercicio de la iniciativa empresarial y la creación de riqueza.

El camino de la sostenibilidad en diez pasos

Mariana Henao Alarcón y Natalia Mesa Jaramillo
Magísteres en Sostenibilidad

Sostenibilidad es lo que nos permite satisfacer necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. Frente a la amenaza del cambio climático debemos asegurar que el desarrollo actual no impacte de forma negativa a las generaciones futuras.

La *Guía de implementación para el diseño y comunicación de la estrategia sostenible para pequeñas y medianas empresas en Colombia* es una metodología que propone diez pasos y una serie de herramientas disponibles en la Red que facilitan a las empresas materializar su estrategia sostenible.

01 Mira hacia adentro. Evalúa y prioriza las áreas de mejora en tu estrategia de sostenibilidad mediante una herramienta de autodiagnóstico para la pequeña y mediana empresa. Accede a esta herramienta escaneando el código QR al final de este artículo.

02 Construye propósito. Identifica tu propósito superior o “razón de ser”. Más que responder “qué” o “cómo”, el propósito responde “para qué” te comprometes con resolver un problema social, creando un valor financiero significativo. Te recomendamos leer el “Manual del propósito: poner en práctica el propósito con valor compartido” de la Iniciativa de Valor Compartido (*Shared Value Initiative*).

03 Mira tu entorno. Reconoce los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que podrían incidir en tu contexto para identificar los potenciales riesgos y oportunidades para tu negocio. Aquí te proponemos una herramienta basada en el Análisis PESTEL.

04 Define la materialidad de tu negocio. La “materialidad” se refiere a los temas ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) que debes priorizar en tu estrategia empresarial, en línea con los objetivos del negocio, para responder a las oportunidades y riesgos del entorno. Aquí te proponemos una herramienta para identificar y priorizar estos temas.

05 Define objetivos de sostenibilidad. Establece objetivos claros, inteligentes y relevantes para tu estrategia de sostenibilidad empresarial. Te proponemos definir objetivos SMART —llamados así por su acrónimo en inglés—, puesto que son específicos, medibles, alcanzables, relevantes, y limitados por el tiempo.

06 Conecta con tus grupos de interés. Un grupo de interés es una parte interesada: un grupo interno o externo, empresa, organización, miembro o sistema que puede afectar o verse afectado por las acciones de tu empresa. Aquí te proponemos una herramienta para identificar y priorizar acciones con grupos de interés según tus objetivos de sostenibilidad.

07 Emprende iniciativas clave. Define iniciativas clave, con indicadores y metas, que contribuirán al cumplimiento de tus objetivos de sostenibilidad, alineando las operaciones con los temas materiales identificados.

08 Alinea la estrategia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Aquí te proponemos una herramienta que ha sido usada por miles de organizaciones en el mundo con muy buenos resultados: *SDG Compass*, la guía por excelencia para la acción empresarial en sostenibilidad, conocida en español como la “Brújula de los ODS”.

09 Comunica tu estrategia sostenible. Diseña un plan para comunicar la gestión de la sostenibilidad en tu empresa. Debe ser un proceso flexible, acorde a las necesidades de la organización, y estar alineado con sus estrategias de comunicación interna y externa.

10 Reporta los hallazgos. Un reporte de sostenibilidad te permite rendir cuentas a tus grupos de interés sobre el desarrollo sostenible de tu empresa. Reporta las contribuciones positivas y negativas, así como los retos para el corto y largo plazo.



Accede a todas las herramientas anexas de esta metodología escaneando este código QR con un dispositivo móvil.

