

# LA SOSTENIBILIDAD EN EL MEDIO EMPRESARIAL

*María Cristina Bustillo Castillejo<sup>1</sup>*

La importancia de la sostenibilidad ha sido paralela a la evolución de la sociedad y de la empresa en el entorno actual, esta ha sido evidenciada en diferentes espacios académicos como el Cuarto Foro de Ética Empresarial Bavaria, identificando tres grandes fuerzas que impactan al hombre y su vida en el planeta:

- El cambio acelerado: el cambio siempre ha existido, sin embargo hoy día es algo que se da de manera rápida y vertiginosa, antes los cambios eran previsibles y la adaptación a este se presentaba de manera sosegada y con impactos localizados, hoy por el contrario el efecto es más profundo y de manera global, llevados por la imprevisibilidad e incertidumbre.
- La globalización: es la realidad de este tiempo, se impone el modelo universal que nos iguala a todos y en cualquier parte, se imponen exigencias y desiguala las oportunidades, no solo convivimos y competimos en nuestra región, la información y las nuevas tecnologías nos acercan.
- El nuevo concepto de desarrollo: ya

no es algo limitado a lo económico, el desarrollo de hoy conjuga el crecimiento económico, la preservación de medio ambiente y la justicia social.

Lo anterior conjugado con la aceleración tecnológica, la presión de la comunidad y de la competencia, los desequilibrios socioeconómicos, los desajustes ambientales y la reducción de la gobernabilidad, imponen un re direccionamiento de los esfuerzos humanos y empresariales, y marcan el surgimiento de la llamada ciudadanía corporativa.

Se observa cómo, organizaciones públicas, privadas, del tercer sector o multilaterales desde hace más de 30 años tienen en la agenda la tarea de la sostenibilidad del planeta y de sus habitantes, desde el informe Brundtland que definió sostenibilidad como “el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades. Se considera que la sostenibilidad tiene tres pilares: lo ambiental, lo social y lo económico”. (Adams 2006).

---

<sup>1</sup> Ingeniera Industrial, Especialista en Gerencia de Mercadeo. Decana de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas de la Universidad Libre, Sede Cartagena.

A pesar de que esta preocupación no es nueva, y que cada día se suman más empresas a estas iniciativas, poco es lo que hemos ganado en este terreno, se sabe que casi la totalidad de las naciones tienen un departamento oficial del medio ambiente, de la nueva política y legislación verde, de los acuerdos internacionales como el de Kyoto, de los grandes esfuerzos por frenar el cambio climático y la degradación ambiental, del aumento de la conciencia colectiva sobre la importancia de los recursos ambientales, pero los indicadores de la situación de la Biosfera según el World Conservation Union en 1994, estimaron que el 75% de la tierra habitable se había alterado por la actividad humana, la calidad del aire se había degradado, la erosión siguió avanzando, la purificación y el tratamiento de aguas se habían degradado, etc. El tema ambiental no es cerrado, está estrechamente ligado con el desarrollo, la mitad de los pobladores del tercer mundo padecen enfermedades asociadas a deficiencias en la calidad de agua y condiciones insalubres.

Como lo comenta Peter Vitousek, en el artículo del World Conservation Union, la humanidad está consumiendo vorazmente los recursos naturales y agotando su capacidad de sostener la vida humana y la calidad de la misma sin pensar en el futuro; ni en los derechos y necesidades de la gente del presente.

Por otra parte, el panorama social tampoco

es alentador, la generación de riqueza en el mundo es cada vez mayor, pero 1,1 mil millones de personas sobreviven con menos de un dólar al día, se ha incrementado la inequidad en la última década, en la década de los 90's 21 países experimentaron descensos en su índice de desarrollo humano (Adams 2006). En el caso colombiano, para 2002 se estimaba que el 51.6% de la población era pobre, que la calidad de vida entre 1997-2003 medida por la línea de la pobreza aumentó de 55% al 66%, el índice de necesidades básicas insatisfechas en 1993 fue del 53.21%, lo que indica un modelo de desarrollo excluyente (Guárdela, 2006)

En concordancia con lo anterior, se debe reconocer que muchos problemas sociales y medio ambientales han surgido como consecuencia de los cambios vertiginosos del mundo actual, del crecimiento económico más que su desarrollo, pues cualquier medida de dimensión relativa a las actividades productivas, no solo tiene efectos sobre la economía de las empresas, sino también sobre el empleo y el tejido social en que realizan dichas actividades, efectos negativos o positivos (García, 2008)

Las empresas pues, hoy están llamadas y tienen un papel protagónico en el logro del verdadero desarrollo sostenible, es necesario sembrar la cultura de la sostenibilidad, la ética y la responsabilidad corporativa, incentivando a las personas y trabajadores a obtener más con menos consumo, por esto



se están redefiniendo todos los días nuevas estrategias corporativas o del corebusiness.

La sostenibilidad deberá ser el motor que jalone las decisiones empresariales, donde lo económico como primera función social de la empresa cohabite con elementos de desarrollo sostenible, la preocupación por el cuidado de los recursos ambientales y la priorización de los valores empresariales vividos y practicados como verdaderos ciudadanos corporativos.

## **BIBLIOGRAFÍA**

GARCIA V, Oscar Humberto (2008), la Gerencia Ambiental Corporativa. En Hombre, espacio y Medio Ambiente:Trilogía de reflexión para el desarrollo(pp 105-123). Santa Marta.Editorial Unimagdalena.

GUARDELA C, Luis Magín y BARRIOS A, Isamary (2006). Colombia ¿en vía del desarrollo sostenible?Revista de Derecho26 (pp 110-136). Barranquilla. Universidad del Norte.

THE WORLD CONSERVATION UNION (2006). the Future of sustainability, environment and Development in the twenty-first century.IUCN January. Zurich. G. Adams.