



Los econegocios:

¿una opción estratégica para el Perú?



Rubén Guevara

Profesor e Investigador Principal,
CENTRUM Católica.
rguevara@pucp.edu.pe

ANTECEDENTES Y GENERALIDADES

Los econegocios surgen con el advenimiento del enfoque de desarrollo sostenible, en la década de los 90, con un fuerte protagonismo de la sociedad civil organizada. Incluye varias condiciones ampliamente aceptadas, entre las que destacan los derechos intergeneracionales relacionados con el bienestar y calidad de vida con equidad, la protección del medio ambiente y la conservación de los procesos biológicos y productivos del planeta, procurando encontrar un balance entre los aspectos financieros, económicos, políticos, sociales, ambientales, culturales y tecnológicos, y poniendo a

la gente y al planeta en el foco de las prioridades. La rentabilidad también está implícita en este enfoque, pero condicionada a que se logre protegiendo el planeta y sus ecosistemas y velando por el bienestar y la calidad de vida de las actuales y futuras generaciones. Igualmente está implícito que la generación de riqueza y bienestar necesitan darse con equidad, lo cual ha impulsado la ciudadanía global, una forma de protagonismo ciudadano que busca incidir desde cualquier parte del mundo en las decisiones que afectan a la sociedad y el planeta Tierra, con un alto espíritu de solidaridad y altruismo.

En la década del 2000 este enfoque evolucionó para adaptarse al lenguaje de los negocios, originando el paradigma de la triple rentabilidad o triple línea de fondo (del inglés, *Triple Bottom Line*): rentabilidad financiera, rentabilidad social y rentabilidad ambiental. La rentabilidad financiera es una condición sine qua non de la gestión de las empresas. Las otras dos formas de rentabilidad son más "foráneas".

La rentabilidad social implica incluir, al menos, los siguientes aspectos: la práctica de la responsabilidad social empresarial y la ciudadanía corporativa global; el liderazgo de las empresas en asuntos de interés regional y nacional, idealmente asociados a su giro empresarial, que afecten positivamente la calidad de

vida de las personas; y, en términos generales, un comportamiento corporativo proactivo en las comunidades y entornos donde se desenvuelven, compartiendo y promoviendo el bienestar de las personas y de la comunidad. La rentabilidad ambiental implica, por su lado, un comportamiento ético y la práctica de valores que conduzcan a reducir a su mínima expresión la huella ambiental de las empresas y sus productos y servicios, que minimiza o elimina las externalidades ambientales negativas y promueve una cultura y unas prácticas corporativas en armonía con el medio ambiente.

A simple vista pareciera que alcanzar la triple responsabilidad es utópico. Sin embargo, se ha demostrado que es todo lo contrario. Las empresas que lo han hecho se han fortalecido en todos los aspectos. Por ello, un número cada vez mayor de empresas en los países desarrollados ha adoptado esta tendencia, liderando iniciativas y adaptándose rápidamente a los cambios necesarios para alcanzar la sostenibilidad financiera, social y ambiental. Esas empresas están mostrando liderazgo y proactividad y, en muchos casos, inclusive, capturando nuevas ventanas de oportunidad.

CONCEPTOS Y DEFINICIONES

Entonces, ¿de qué se está hablando exactamente? Las siguientes definiciones y conceptos ayudarán a aclarar esto.

Econegocio. Es cualquier actividad empresarial dedicada a uno o más rubros, cuyo giro, además de generar lucro, contribuye a la preservación del medio ambiente y al bienestar humano, con un enfoque intergeneracional. Son sinónimos: **ecoempresa, empresa ecológica, negocio ecológico.** No son sinónimos: **bionegocios, negocios inclusivos.**

Huella ambiental o huella ecológica. Puede ser: (1) el tamaño del consumo de bienes y servicios derivados de la naturaleza (planeta Tierra), usualmente por unidad de área, de un ser humano, una empresa o un país; (2) el impacto ambiental del consumo de una persona, empresa o país, determinada por la cantidad de materias primas agotables o de recursos naturales no renovables utilizados y de la cantidad de desechos y emisiones que se liberan al medio ambiente en su producción.

Ciudadanía corporativa global. Es el rol de las corporaciones para enfrentar asuntos que tienen un impacto dramático en el globo terráqueo y que afectarían su giro empresarial, tales como el cambio

climático o las pandemias. Implica la focalización de los ejecutivos en el espacio global sin descuidar la perspectiva local y nacional.

¿OPCIÓN ESTRATÉGICA PARA EL PERÚ?

En el Perú, ¿qué incentivaría los econegocios si es posible continuar con las prácticas más tradicionales de negocios? Existen muchas razones, pero las principales son las siguientes: a) son una mega tendencia mundial impulsada por los estados, la sociedad civil organizada y los gremios empresariales en los países desarrollados, por lo que las oportunidades de este tipo de negocios son cada vez mayores y más variadas; b) su práctica va de la mano de mejoras sustanciales de la performance de la empresa, lo cual contribuye a su productividad y la rentabilidad; c) contribuye a la competitividad, posicionando a las empresas en un entorno global cada vez más complejo y competitivo; d) la sociedad civil está cada vez mejor organizada, utilizando instrumentos de comunicación efectivos y veloces (ya prácticamente no existen distancias, todo se comunica en tiempo real), con

cuotas de poder in crescendo, esto está incidiendo cada vez más en las preferencias de los consumidores; e) las empresas están forjando alianzas de largo plazo con los gobiernos y la sociedad civil, mutuamente beneficiosas, poniendo en práctica la ciudadanía global corporativa; f) existe un liderazgo de gremios y foros de gran prestigio, tales como el Foro Económico Mundial y el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible, ambos con sede en Suiza, que están impulsando este nuevo paradigma empresarial.

En el Perú varias empresas están comenzando a operar dentro del paradigma emergente de la triple rentabilidad, la mayoría en su etapa inicial, pero con grandes perspectivas de crecimiento y consolidación. Las áreas donde existe el mayor liderazgo son los sectores: agrícola, turismo, energía y transporte. Pero, se empiezan a avizorar señales positivas en otros sectores, tales como en el sector forestal y, en menor grado, en el de minería. Perú tiene un alto potencial para capturar esta megatendencia en sus inicios y posicionarse como una de las economías más modernas e innovadoras del mundo. ■



Foto: www.flickr.com