

La sostenibilidad 2.0: el negocio del futuro

Juan Carlos Guaqueta

Ingeniero industrial, Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá, Colombia)

Máster en Gestión de Proyectos, Universidad Católica de Chile (Santiago, Chile)

Programa de Soluciones Globales, Singularity University (Moffett Field, CA, Estados Unidos)

Consultor en sostenibilidad y desarrollo de nuevos negocios utilizando tecnologías novedosas

Fundador de [AcuaCare](#) (Bogotá, Colombia)

info@acuacare.com

La naturaleza es perfecta en su funcionamiento. Cada gota, cada árbol, cada animal tienen un propósito. Y lo que es aún más sorprendente: en diferentes altitudes y en el paso de las estaciones, esta se adapta para seguir manteniendo un equilibrio y desarrollo impecables. Equilibrio y desarrollo... ¡esa es la clave! Cada residuo que genera un proceso natural es el insumo del siguiente, generando incremento en la biodiversidad, mejorando las condiciones de retención de humedad y, posteriormente, creando un ecosistema diverso e inclusivo para las especies que lo habitan. La madre naturaleza se enfría cuando hay calor, filtra contaminantes cuando hay exceso de cargas orgánicas y los animales colaboran para degradar y transformar residuos en abonos y capas vegetales para que todo se vuelva a recuperar: es la máquina perfecta.

Ahora bien, ¿qué pasa si reemplazamos los árboles por fábricas, los animales por personas y las semillas, junto con los residuos, por insumos y desechos?, ¿qué sucede si el ecosistema lo sustituimos por ciudades y la inclusión de especies por la equidad de género?, ¿qué ocurre si suplantamos las estaciones por cambios tecnológicos y la retención de humedad por la gestión del conocimiento?

Lo que aspiramos como sociedad es muy similar a como funciona el planeta sin nuestra intervención. La diferencia crucial, y la razón por la cual no funcionamos armónicamente, es nuestra ambición individual, sin interpretar esta de una forma negativa. El ser humano, y aludiendo a la pirámide del famoso psicólogo Abraham Maslow, busca sustento básico, seguridad, relaciones con otros, tener reconocimiento y autorrealizarse. Todo lo anterior son escalones que las personas quieren ir superando a lo largo de su vida con el propósito de llegar a la felicidad. Sin embargo, en ese proceso en

general han estado dispuestas a efectuar lo que se han considerado pequeños pecados para lograrlo. Por ejemplo, si alguien necesita estar seguro y proteger a su familia, es posible que destruya parte de un bosque y mate a los animales peligrosos de la zona para sobrevivir, o que esté dispuesto a contaminar los ríos si eso significa ahorrar dinero con el que pueda pagar los libros de sus hijos.

La suma de pequeños pecados ha llevado a que la humanidad se diera cuenta que, sumando en la actualidad cerca de siete billones y con proyección a más de nueve, sea insostenible que el planeta aguante tanta individualidad y comience a pensar más como un sistema, donde la acción de cada uno genera un impacto en la comunidad y en el ambiente. La sostenibilidad evoca un pensamiento sistémico, de ciclos cerrados de producción y con una mirada fija a un desarrollo equilibrado que proteja las futuras generaciones tanto a nivel ambiental como social.

Pese a que parece muy evidente la aspiración de ser sostenibles, hemos tenido algunas trabas a lo largo de nuestra historia para aplicarlo: la falta de tecnología y de conciencia sobre la escasez de los recursos, los modelos educativos de especialización nacidos en la revolución industrial y la estructura y valoración económica, donde el impacto ambiental y social no son tasados dentro de los costos de producción, han causado que nuestra sociedad y economía no tengan incentivos para el cambio.

Hoy en día sigue siendo más económico producir alimentos con químicos en monocultivos que de forma orgánica y en policultivos. La razón es evidente: la producción en masa, la mano de obra y los costos logísticos favorecen la primera opción, en especial cuando al costo del producto no se le incluyen los ambientales (que pueden traducirse en impuestos elevados), tales como el impacto de reducir la fertilidad del suelo, el costo de cada metro cúbico de agua subterránea que es contaminado o el costo para el sistema de salud por cada empleado que ingiere y se intoxica con esos productos. Casos similares a estos son a los que se enfrentan las industrias en todas sus vertientes al momento de querer ser más sostenibles: el reto de tener que invertir y cambiar para ser mejores a futuro *versus* la competencia que ofrece los mismos precios, pero no invierte ni cambia y genera un impacto negativo social o ambiental.

Esta situación a la cual ha estado acostumbrada la industria va a cambiar. Pero, ¿cómo lograrlo?, ¿cómo conseguir que una empresa compita con otras tradicionales que no tienen un pensamiento sostenible sino extractivo? Estas preguntas tenían pocas respuestas durante el siglo xx, ya que la estructura de los negocios, la conectividad, la generación de valor y los canales de distribución

eran prácticamente los mismos para todos, y aquel que tuviera más músculo financiero era quien podía torcerle el brazo al mercado. Por lo tanto, el que quisiera hacer la diferencia al invertir en mejorar el medio ambiente o cuidar más a sus empleados estaba destinado a competitividad y eficiencia bajas, siendo siempre más barato enfocarse solo en el dinero o en efectuar prácticas extractivas.

Hoy en día, el Foro Económico Mundial ya está hablando de la cuarta revolución industrial: la del conocimiento, la conectividad y el crecimiento exponencial. Una nueva economía con nuevas herramientas que permite que las industrias transformen sus operaciones en su totalidad, donde las empresas que venden productos tenderán a migrar a los servicios, donde la propiedad sobre inmuebles será menos relevante, donde la manufactura estará fuertemente afectada por impresoras tridimensionales, donde más del 70 % de los empleos que conocemos cambiarán en la próxima década y donde el costo de la energía seguirá disminuyendo gracias a la implementación de energías alternativas.

Cambios tecnológicos como la masificación de sensores interconectados (internet de las cosas), la inteligencia artificial, el aumento en el uso de robots, la tecnología de *blockchain* para la reducción de intermediación, la minería de datos para entender a los usuarios, los cambios en las matrices eléctricas, entre otras, cambiarán todas las industrias y alterarán los cimientos mismos de nuestra sociedad. Los clientes se podrán volver cada vez más selectivos y comprar productos y servicios de aquello que se identifique con su personalidad, valores y proyección de vida. Podrán tener acceso a información de cómo las empresas impactan de forma positiva o negativa el medio ambiente y a los empleados, y esto no será lujo de unos pocos. Para el año 2020 se espera que más de cuatro billones de nuevos usuarios se conecten a internet y el poder de los comentarios y de las redes sea cada vez mayor. Seremos una sociedad totalmente interconectada. Cada vez será más difícil que una empresa oculte comportamientos irresponsables o extractivos. Estas organizaciones tendrán que comprometerse con la sociedad y su ambiente.

Nos enfrentamos a un lienzo en blanco, un momento único en la historia para reformular y cambiar la forma de pensar. Pese a que las empresas tendrán más ojos encima, gracias al desarrollo tecnológico, también tendrán más oportunidades y herramientas de lograr ser sostenibles y fidelizar a sus clientes.

La mejora en la conectividad abrirá las puertas para mayor nivel de trabajo a distancia e

inclusión social. Los sensores permitirán tener una mayor medición del impacto y de sus mejoras ambientales. Los drones mejorarán los procesos logísticos y la captura de información. La inteligencia artificial volverá más eficiente los trabajos y creará nuevas oportunidades de mercado y de eficiencia en las fábricas. La impresión tridimensional posibilitará reducir costos de manufactura y la aparición de nuevas y mejores prótesis para personas en condición de discapacidad para que puedan ser iguales o más competitivas que sus pares dentro de industrias. Los sistemas portátiles de seguimiento de salud facultarán a las empresas a medir el nivel de estrés, el ritmo cardiaco y el sedentarismo de sus empleados para introducir correctivos e incentivos. La reducción de costos en los paneles fotovoltaicos abrirá paso a una mayor implementación, generando ahorros en la operación y beneficios ambientales. Nuevos instrumentos financieros facilitarán la compra de equipos para la mejora ambiental (el IFC espera tener cerca de un 30 % de su cartera en proyectos que mejoren el medio ambiente para el año 2020) y las empresas de transporte podrán cambiar a vehículos más sostenibles; el galón “eléctrico” se ha vuelto más económico que el galón de gasolina, generando una tendencia imparable. Es claro que la era de piedra no se acabó porque se hubieran acabado las piedras; de la misma forma, la era del petróleo no se terminará porque se haya terminado el petróleo.

Las fichas deben ser reorganizadas. Las empresas deben pensar cómo su actividad interactúa con su entorno y originar modelos de negocio creativos y de mejora paulatina utilizando tecnología. La sostenibilidad es una gran herramienta para lograr rentabilidad, fidelidad y crecimiento. Por ejemplo, ¿qué pasaría si una industria que debe pagar para retirar sus lodos contaminantes de su planta de tratamiento los transformara en el mismo lugar donde se generan en un producto que se puede vender por medio del entendimiento de los procesos naturales (biomimesis), digamos en abonos que puede comercializar o regalar a sus empleados para que ellos puedan crear huertas urbanas en sus hogares y que pudiera cubrirse su inversión en un tiempo prudente? Esto eliminaría un costo y lo transformaría en un ingreso que vuelve a la empresa más competitiva, generando a la vez beneficios ambientales y sociales. Sí se puede lograr. Yo lo he realizado.

Ahora bien, la industria debe diferenciar entre mejoras incrementales y disruptivas. Una mejora incremental es a lo que estamos acostumbrados: reducir costos en un 20 %, aumentar ventas en un 5 %, reducir rotación de personal en un 8 %... Por su parte, una mejora disruptiva implica el cambio drástico del negocio para mejorar no en un 5 o 10 %, sino para crecer en cifras de tres dígitos. Pero, ¿cómo

lograrlo? Se deben buscar mercados voluminosos, que tengan grandes problemas y que requieran soluciones que se puedan escalar de forma masiva. Lo interesante de ello es que están identificados y pocas personas lo notan.

Recientemente estuve en Unleash, el laboratorio de innovación más grande del mundo ubicado en Dinamarca. Nos dieron una lista de los negocios del futuro. Son obvios y todos los conocen, pero pocos países (entre ellos la misma Dinamarca) y empresas los consideran como el siguiente gran mercado: son las metas sostenibles del milenio de las Naciones Unidas. Allí se establecen 17 retos que incluyen agua, saneamiento, equidad de género, cambio climático, vivienda, salud, pobreza... Son tan grandes que cualquier compañía puede participar desde su actividad. Aquellas que puedan aportar a solucionar estos problemas podrán acceder a un mercado global con millones de clientes, en el cual caben muchas de ellas y podrán generar mejoras para la humanidad y el planeta.

Por su connotación, cada meta sostenible del milenio está entrelazada con otras. Ello significa que, si alguien soluciona un problema, de paso está generando un efecto positivo a nivel ambiental y social en otras metas. Esta es la receta perfecta para que las empresas se vuelvan sostenibles. Por ejemplo, si una compañía crea soluciones para la desigualdad de género en zonas rurales, no solamente tendrá un mercado gigante (entre el 20 y 30 % de las personas viven en estas áreas), sino que en el proceso también estará beneficiando al sistema de salud y medio ambiente, ya que una mujer con oportunidades y educada cuidará en términos sanitarios a sus hijos, lo que evitará contaminación en fuentes de agua y reducirá el gasto público; ella podrá generar ingresos para la familia, lo que se traducirá en un futuro con mayor oportunidades para sus hijos.

En consecuencia, el matrimonio entre problemas sociales o ambientales y tecnologías emergentes va a originar un escenario de competitividad diferente y de progreso para las empresas que lo quieran aprovechar, donde aquellas que inviertan en este espacio podrán ser más competitivas y acceder a mercados más grandes y más lucrativos, ya que lo digital amplifica nuestras capacidades de ejecutar, compartir resultados y de crear. Será la sostenibilidad 2.0.

La sostenibilidad es la mejor defensa contra la competencia. Es y será el escudo y la espada para entrar a nuevos mercados. Debe ser transversal a las actividades empresariales y es deseable que trabaje de la mano con las áreas de innovación y de investigación y desarrollo. No es una responsabilidad única del departamento ambiental. Aquellos que la dirijan deben tener la

responsabilidad de estar en constante aprendizaje y saber de negocios, finanzas, ambiente, tecnología y mentalidad del cambio.

Espero que la próxima vez que escuche que su empresa debe ser más sostenible le genere una gran sonrisa, porque tiene ante usted la gran oportunidad de crear disrupción y crecer como nunca antes lo ha hecho. Pero eso sí: no se demore. Dicen que las oportunidades son como los atardeceres: si pestañea se las pierde.