28/10/2023

Cómo serán los directores de sostenibilidad del futuro



Un artículo firmado por varios ejecutivos de Spencer Stuart plantea que los chief sustainability officers (CSO) deben poder hablar el idioma de la empresa y, al mismo tiempo, trascender los silos para integrar la sostenibilidad en toda la organización. Además, explican que deben ser líderes empresariales fuertes, con una apreciación del impacto final necesario para garantizar la aceptación organizacional y el éxito a largo plazo. Llaman a recuperar una forma holística de

El artículo se basa en el estudio "License to Transform: Spencer Stuart's 2022 Survey of Sustainability Leaders", donde los autores se proponen responder preguntas como ¿cuál es la naturaleza de este mandato hoy? ¿Cómo interactúan y se conectan los líderes de sostenibilidad y sus equipos con el resto de sus organizaciones? ¿Tienen acceso a los recursos necesarios y la licencia para influir en la mentalidad y la cultura? En pocas palabras, ¿qué impulsa el éxito de los líderes actuales en sostenibilidad y qué se interpone en el camino?

Los líderes de sostenibilidad ocupan un lugar clave en la mesa corporativa

Los autores explican que la sostenibilidad ocupa actualmente un lugar destacado en la lista de prioridades de las principales empresas del mundo y que existe una demanda creciente por este tipo de ejecutivos. *"no es simplemente un tema de discusión, sino una cuestión central y estructural que impregna el negocio"*, afirman.

Además, como la sostenibilidad es ahora fundamental para las agendas comerciales y de transformación sostienen que la mayoría de las organizaciones y las empresas buscan líderes que puedan impulsar la colaboración y el cambio interdisciplinarios.

Por eso se espera que las funciones de sostenibilidad y sus líderes impulsen cambios reales hoy en día, en términos de innovación, nuevas tecnologías, selección de suministros y muchos otros temas. *"Armados con datos sólidos, deben cuantificar el progreso de sus empresas, los pasos que aún deben darse y el impacto de sus esfuerzos"*, explican.

"En las primeras etapas, la prioridad era simplemente 'pintar todo de verde': lanzar algunas iniciativas corporativas y mostrar responsabilidad social. Mucho ha cambiado. La sostenibilidad se ha vuelto más relevante para los reguladores, inversores, empresas y consumidores. Los KPI para evaluar la sostenibilidad, los modelos de impacto y los estándares de presentación de informes son cada vez más sofisticados. Hoy en día, las empresas tienen más fuentes para comprender y guiar concretamente una evolución de la sostenibilidad", agregan.

El creciente conjunto de habilidades del líder en sostenibilidad

Según los autores, la transformación de la función de sostenibilidad también está plagada de desafíos de liderazgo. □□□ *un lado, el rango de experiencia a nivel de empresa por empresa es extraordinariamente variado; hay empresas que llevan años incorporando la sostenibilidad en sus operaciones, mientras que otras apenas están empezando. Significa que no existe una solución única para encontrar al líder adecuado; La situación de cada empresa es diferente. La demanda de verdaderos expertos es alta, pero no existe un grupo de talentos inmediatamente accesible al que recurrir"* , advierten.

Y agregan que "*la profesión se ha vuelto mucho más sofisticada. No sólo hay nuevas empresas en juego, sino también nuevas expectativas. Y están buscando personas con mucho talento que hayan hecho esto antes o con una capacidad muy específica, lo que está generando una disrupción en el espacio de oferta de talento".*

Un maestro comunicador para promover la misión de sostenibilidad

Para los autores, siempre ha sido importante para los líderes de sostenibilidad demostrar la importancia de la sostenibilidad a las partes interesadas y la existencia de un plan.

Sin embargo, consideran que un líder fuerte en sostenibilidad hoy tiene que hacer más. La persona debe poder hablar el idioma de la empresa y, al mismo tiempo, trascender los silos para integrar la sostenibilidad en toda la organización.

"*No se trata sólo de menos CO2, sino de transformación y de cuestionar los modelos de negocio. También hay que aportar pruebas. ¿Cómo beneficia el comportamiento sostenible al negocio? En última instancia, no se trata sólo de informar las cifras, sino de comunicar lo que significa la sostenibilidad para la empresa".*

Por ejemplo, en una era de polarización, en la que incluso el término sostenibilidad puede generar un debate enorme, un líder en sostenibilidad deberá articular claramente los esfuerzos de una empresa ante las personas que inicialmente pueden mostrarse escépticas. Por ejemplo, con el término ESG llaman a continuar los esfuerzos para generar valor sin distraerse con la evolución del vocabulario.

Más allá de los informes: los datos y el análisis son esenciales

En el artículo se explica que la sostenibilidad es ahora una estrategia y no simplemente una actividad de marketing. Se trata de mucho más que marcar la casilla de algún requisito de presentación de informes. □□□ *ahora pensamos en la sostenibilidad, todo se trata de contabilidad: estas son cifras reales con un impacto en la organización. Se necesita disciplina para procesarlos correctamente. Y ha pasado de ser una cuestión de proyecto por proyecto a convertirse en el negocio principal".*

Y agregan que los líderes de sostenibilidad deben comprender las métricas que tienen a su disposición, cuáles son las más importantes para sus empresas y cuál es la mejor manera de analizarlas. Luego tienen que poder convertir eso en un conjunto de recomendaciones y prioridades que todos en la organización puedan asimilar. En resumen, deben tener una orientación a la acción, donde la medición esté al servicio de cuantificar el cambio y generar resultados.

Capacidad para impulsar el valor empresarial y gestionar el cambio

En resumen: los autores explican que los líderes de sostenibilidad deben ser líderes empresariales fuertes, con una apreciación del impacto final que pueda permitirles lograr la aceptación organizacional y el éxito a largo plazo.

□□ *necesario poder ver el valor de la sostenibilidad y la conexión con el negocio, y poder articularlo. Hay que poder demostrar a los jefes de equipo que esta nueva forma de hacer las cosas aportará valor a sus departamentos y a la empresa. Los directores de sostenibilidad y sus equipos tienen la responsabilidad de llevar la información correcta a las personas adecuadas en sus organizaciones"*, concluyen.

Fuente: ComunicarSe

LINK DE LA NOTICIA