

Fecha: 22-11-2020
 Medio: La Tercera
 Supl.: La Tercera - Edición Especial
 Tipo: Especiales
 Título: **Internalizar y minimizar los costos ambientales y sociales**

Pág.: 16
 Cm2: 384,0
 VPE: \$ 3.820.754

Tiraje: 78.224
 Lectoría: 253.149
 Favorabilidad: ☐ No Definida

Sostenibilidad y prácticas sustentables

Internalizar y minimizar los costos ambientales y sociales

Barreras internas, falta de una estrategia de sustentabilidad o falta de presiones que gatillen los cambios, son algunas de las brechas que se identifican y que retrasan la incorporación de innovación en los procesos.

Por: Germán Kreisel



El triple impacto busca considerar los efectos positivos y negativos que una actividad empresarial genera sobre el ambiente natural o el sistema social. Se trata de una visión que permite operacionalizar una visión holística de las empresas.

Roberto Ponce Oliva, académico e investigador de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo, explica que "esta visión del negocio impone una serie de desafíos a la empresa, y sobre todo tensiona el objetivo económico/financiero de corto plazo, con la necesidad de generar beneficios ambientales y sociales en el largo plazo".

En esa línea, Ponce destaca que para fomentar esta visión de empresa se deben adoptar soluciones innovadoras, "las cuales podrían ser incrementales (pequeños cambios con pequeños efectos, sobre los cuales se imple-



mentan futuros cambios) o radicales (aproximaciones completamente nuevas para la solución de problemas)".

Entonces, ¿cómo desarrollar iniciativas que resuelvan los propios impactos el medio ambiente y a las comunidades?

El investigador de la UDD explica que el internalizar y minimizar los costos ambientales es el resultado de un largo trabajo para adoptar prácticas sustentables. "La primera etapa se inicia cuando la empresa se ve sometida a presiones (generalmente externas), ya sea de la regulación o de los consumidores. Esta primera etapa se caracteriza por tener objetivos acotados (y de corto plazo) en el ámbito de sustentabilidad de la empresa", detalla.

Luego, una vez que se adoptan y cumplen estos objetivos de corto plazo, "es posible ingre-

sar a la segunda etapa, la cual consiste en integrar las prácticas sustentables al core business de la empresa, reconociendo que las prácticas sustentables agregan valor al negocio, y además cuáles son los impactos del negocio en el ambiente natural y social. La última etapa se denomina de transformación, y en ella existe una perfecta alineación entre los objetivos de la empresa y los objetivos de sustentabilidad, en esta etapa se formulan los objetivos de largo plazo por medio de una estrategia de sustentabilidad", explica Roberto Ponce.

COMPROMISO CON LA ECONOMÍA CIRCULAR

En Cristalerías de Chile, por ejemplo, más de tres décadas llevan reciclando sus envases incorporando un proceso circular a su negocio y con el cual, en alianza con COANIQUEM, han recuperado más de 200 mil toneladas de vidrio. José Miguel del Solar, gerente de Personas y Sustentabilidad, explica que han desarrollado iniciativas como Elige Vidrio y también, durante 2019, la Estrategia de Sostenibilidad 2030, "cuyo objetivo es hacer de los envases de vidrio el packaging más sustentable del mercado, mediante el desarrollo de atributos ambientales diferenciadores que dan cuenta de una acción concreta frente al cambio climático".

El ejecutivo, indica que a través del "programa de Innovación CREA y bajo la metodología de células ágiles, conformamos un equipo interno que desarrolló la idea de un envase del futuro, con baja huella ambiental. Estamos en la fase inicial, preparando los primeros pilotos y desarrollando una hoja de ruta para la implementación de este nuevo producto"