

APALANCA EL CRECIMIENTO, LA INNOVACIÓN Y EL EMPLEO

Del discurso a la estrategia: la sostenibilidad como eje crítico para las empresas

La sostenibilidad dejó de ser un concepto más en el relato, para convertirse en estrategia, gobernanza y decisión de negocio. El último panel de la jornada inicial del Summit Futuro Sostenible abordó cómo se integra en la empresa la capacidad de equilibrar el uso de recursos naturales, sociales y económicos.

"La sostenibilidad es un buen negocio, sobre todo en el largo plazo, pero también en el corto", dijo Alfonso Díaz, gerente general de Chilexpress, organización que ha trabajado tanto en la reducción de residuos como en la disminución de su huella de carbono.

"Nos estamos ahorrando un millón de dólares al año, asociados a dos mil toneladas de residuos que solían terminar en rellenos sanitarios y que hoy son tratados o se están reutilizando", detalló el ejecutivo, que llamó a asegurarse de que sostenibilidad y eficiencia se persigan al mismo tiempo.

Y es que, al ser metas de largo plazo, en el corto y mediano hay vaivenes económicos.

Coincidió con él Valentina González, gerente de Sostenibilidad de Coca-Cola Chile, quien entiende el tema como motor del crecimiento y el progreso: "La sostenibilidad tiene las mismas variables del negocio: inversión, crecimiento, innovación y desarrollo de empleo".

En este sentido, el rol de la empresa es fundamental para Margarita Ducci, directora ejecutiva de Red Pacto Global Chile. "Es impresionante el impacto que puede tener a través de sus colaboradores y familias; clientes; y toda la cadena de valor. Un joven que trabaja en una empresa con propósito siente que su contribución está asociada", explicó.

Lo anterior lo ratificó Díaz, pues cree que las nuevas generaciones se sienten atraídas por empresas que tienen un propósito con el que se sienten identificadas. "El nuestro apunta a la sostenibilidad, no solo por la palabra sino porque queremos conectar al país. (...) No es una bala de plata que solucione todos los problemas, pero todos los colaborado-



Carolina Lathrop, subeditora de suplementos especiales en "El Mercurio"; Valentina González, gerente de Sostenibilidad de Coca-Cola Chile; Alfonso Díaz, gerente general de Chilexpress, y Margarita Ducci, directora ejecutiva de Red Pacto Global Chile.

res lo valoran y las generaciones más nuevas tienden a ser más sensibles", argumentó.

Según el ejecutivo, las transformaciones se hacen alcanzando a toda la compañía. "Eso pasa por involucrar y seducir a toda la organización con el propósito corporativo, tanto a trabajadores propios como al ecosistema que colabora", señaló.

Finalmente, Valentina González, valoró la sostenibilidad como sinónimo de empleo, inversión, desarrollo de talento y progreso. "Me pone contenta ver a un gerente general hablando de ello. Hay empresas que entendieron que la sostenibilidad tiene que ser comprendida desde el negocio y hay que colaborar, las organizaciones no podemos solas", concluyó.