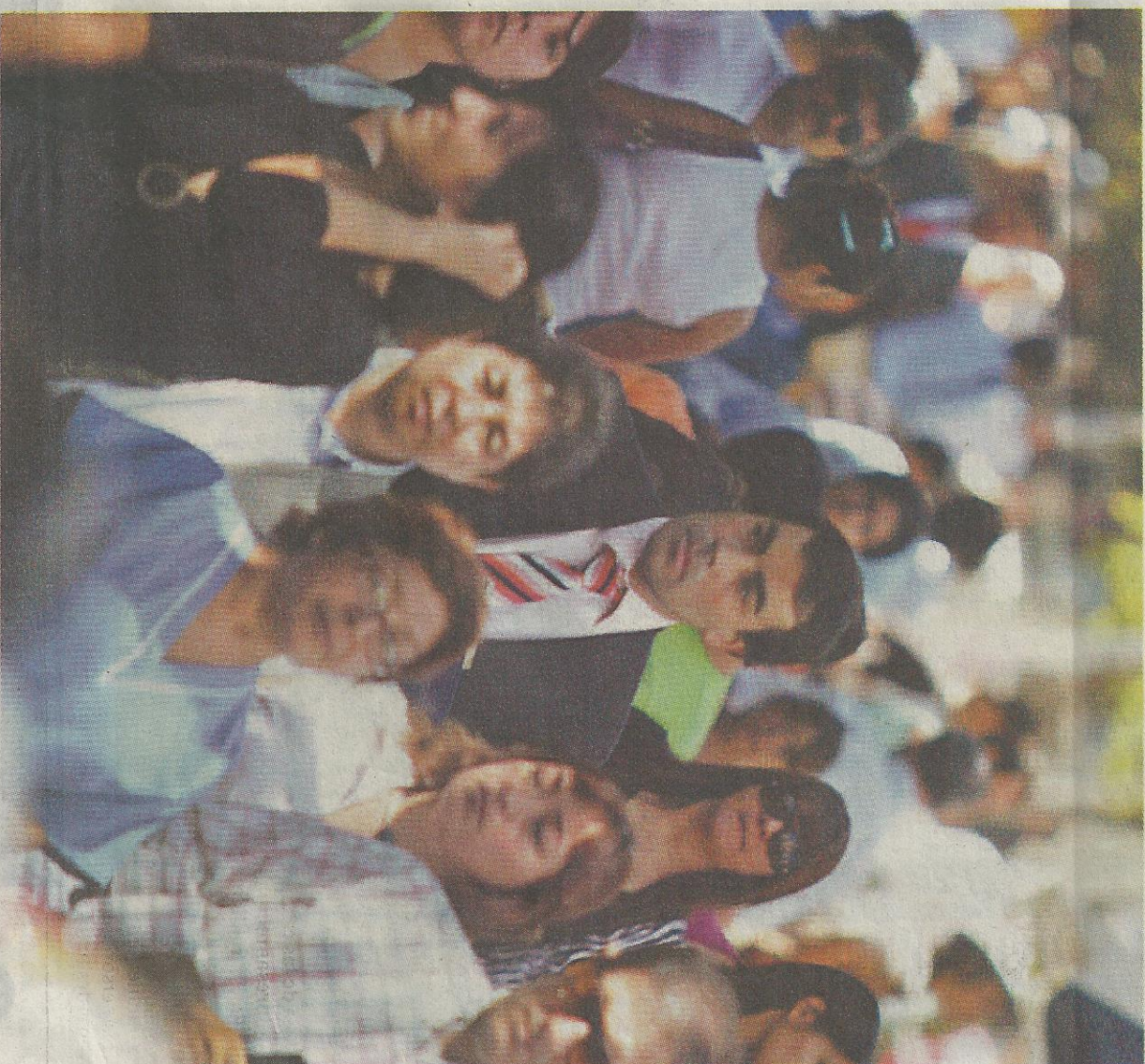




hub sustentabilidad.com

La forma en que los organismos se deben relacionar con sus grupos de interés, la falta de confianza y cambiar la manera en que se mira el desarrollo de la sustentabilidad, fueron las conclusiones de una serie de mesas de conversación organizadas por PROHumana.

Cómo 70 líderes de diferentes sectores conciben a la sustentabilidad



Un reportaje de
PAULA NUÑEZ LÓPEZ

CON EL PROPOSITO de que líderes de distintas industrias reflexionaran en torno a cómo guiar el desarrollo de la sustentabilidad en nuestro país y trazar en conjunto una nueva agenda para el 2016, PROHumana desarrolló una serie de mesas redondas que congregaron a más de 70 representantes de grandes empresas, ONG y sociedad civil. A través de las cinco mesas, se buscó establecer, entre otros, cómo se comprende la sustentabilidad empresarial en Chile, cuáles son sus obstáculos, amenazas y desafíos.

Tras conocer y analizar las respuestas de cada uno de los participantes en este proceso de diálogo, su presidenta ejecutiva, Soledad Teixido señaló: "Los 15 años de análisis realizados a través de las tres mesas redondas (2000, 2006 y 2015), muestran un concepto básico respecto de la sustentabilidad empresarial en Chile, fuera de las tendencias globales y de la comprensión que le dan los CEO de empresas internacionales".

A pesar de que hay una evolución y un importante avance en términos de comprensión e implementación de la sustentabilidad corporativa en Chile, en los últimos 15 años, "aún estamos lejos de la tendencia mundial". Teixido destaca la ausencia de convicción por la sustentabilidad empresarial: "Se observa un actuar más desde la forma que desde el fondo. La forma de ser sustentable de los líderes em-

presariales sigue siendo reactiva, y sin una mirada estratégica y de largo plazo".

El grupo de líderes manifiesta que, ante una sociedad en proceso de cambio acelerado, se evidencia una fuerte resistencia al mismo por parte de los miembros de las empresas, así como también una dificultad para "romper los paradigmas". Asimismo la falta de espacios y oportunidades para que las nuevas generaciones puedan desarrollar sus propuestas y visiones con respecto a la sustentabilidad, se identifica como un importante obstáculo para su desarrollo. Mientras que los mayores obstáculos del proceso identificado en la sociedad es la desconfianza generalizada que ha afectado a todas las instituciones, y que se ha intensificado en los últimos años en el sector empresarial debido a las múltiples prácticas no éticas en las que se ha visto implicado. Según señala el informe "se hace presente que la empresa se desenvuelve en un contexto 'perverso' y de 'ambición desmedida'".

Respecto a los desafíos, se plantea que existe la necesidad de un cambio de mirada que tiene que ver con una visión de sentido colectivo desde la acción de la empresa; con la transversalidad de los ámbitos económico, social y ambiental de la sustentabilidad; con un mayor involucramiento del gobierno corporativo en este aspecto, y con una acción que considere a todos sus públicos de interés para ser capaz de alcanzar el bien común. "El desarrollo de un país más sosteni-

"Tener ambientes donde se colabore es determinante para un buen desarrollo de la sustentabilidad a nivel país".

Existe una necesidad por generar ambientes de confianza entre Gobierno, comunidad y empresas.

Los cambios de la empresa en el campo de la sustentabilidad son más una obligación, que una propuesta de largo plazo.

La sustentabilidad hoy es concebida como el desarrollo armónico entre el sector corporativo, social y medioambiente.

ble o más humano no es un tema que involucre solo a la empresa, sino que tiene que contar con la participación de la sociedad civil, del Estado, la ciudadanía, entre otros, pues eso permite un desarrollo inclusivo que es reconocido por todos", enfatiza Teixido.

Según lo que se establece en el informe, se hace evidente la necesidad de empatizar con la ciudadanía, en la medida en que el diálogo se considera un elemento esencial en la elaboración de estrategias de responsabilidad social y sustentabilidad, reconociendo así la diversidad de la sociedad en la que se vive.

En ese contexto, los participantes de las mesas manifestaron que existe una clara necesidad por generar ambientes de confianza y estabilidad entre gobierno, comunidad y empresas. Además, de enfatizar en la importancia de hacer alianzas multisectoriales y alianzas público-privadas que permitan aunar esfuerzos y concentrar las energías hacia objetivos compartidos, sin que eso signifique que cada empresa tenga que cambiar sus propósitos, sino que simplemente tiene que buscar aliados. "Tener ambientes donde se colabore es determinante para un buen desarrollo de la sustentabilidad a nivel país. Sólo una visión donde todos los actores participen de manera conjunta permitirá un desarrollo sustentable apropiado", manifiesta Teixido.

Algunas conclusiones

Con respecto a la relación con stakeholders, los participantes reco-

nocen que siguen muy encapsulados y con debilidades de relacionamiento con sus públicos de interés, y se observan a sí mismos en una constante tensión por resolver la relación con éstos. Se evidencia la falta de empatía y de ponerse en el lugar del otro en la forma de relacionarse y se establece que el no tener conflictos con los públicos de interés es uno de los medidores más destacados del éxito empresarial.

En cuanto a la reticencia al cambio, persiste la idea de que las transformaciones de la empresa en el campo de la sustentabilidad son más una obligación -por la realidad y contingencia que se está viviendo a nivel local y global- que una propuesta de largo plazo y de visión empresarial del negocio. Se reconoce que la transformación de las empresas hacia la sustentabilidad todavía está muy vinculada a la legitimidad social y a la sostenibilidad del negocio en el tiempo. Se comprende que hay un cambio que hacer, pero no se observa un entendimiento de que este cambio es un proceso constante.

Entre las organizaciones que participaron de las mesas redondas se encuentran: Aguas Andinas, Arauco, BBVA Chile, BHP Billiton, Grupo CAP, Cencosud, CMPC Forestal, CPC, Endeza Chile, Falabella Retail, París, University of Leeds UK, Viña Emiliana y VTR. ●

PULSO EDITORIAL
Vea más información en www.pulso.cl y en nuestra aplicación iPad.