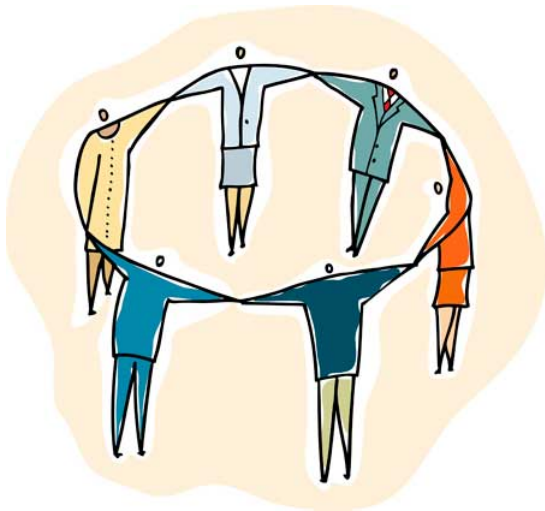


## Empresa-sociedad: ¿Coexistencia sustentable?



*9.300 millones de personas que vivirán en nuestro planeta en el año 2050. El 70% de la población será urbana. 1.800 millones vivirán en regiones con escasez de agua. El cambio climático se acelera con un aumento de más de 2 grados en la temperatura. Habrá 50.000 millones de dispositivos conectados a internet en el año 2020 (5 por cada usuario). Y hoy, un 71% de los consumidores globales creen que proyectos que protegen y sustenten el medio ambiente pueden ayudar al crecimiento de la economía. En este contexto, urge detectar las claves para un diálogo global y seguir algunos ejemplos inspiradores.*

Por Aurys Consulting

Sabemos que vivimos en un mundo en constante cambio, donde las empresas y la sociedad son cada vez más sensibles a nuevas realidades y las experimentan cada uno, desde sus diferentes perspectivas. Las empresas enfrentan escasez de recursos y materias primas, cambios en hábitos de consumo de las personas, entornos regulatorios más exigentes, mayor atención de la población sobre la “legitimidad social” de sus acciones, etc. La sociedad por su parte, vive cambios en los ecosistemas que los rodea, enfrenta fenómenos de movilidad social, se ve

influenciada por nuevas tecnologías, y reacciona ante los impactos positivos o negativos de las actividades económicas.

En este contexto, llevar a cabo un diálogo y relacionamiento activo entre empresa y sociedad resulta vital para compatibilizar las visiones que poseen estos actores en materias que son de mutuo interés, generando una lógica de beneficio mutuo para resolver estas materias. Lograr desarrollar un interés fidedigno de las partes en la búsqueda de un valor común, es la clave para un desarrollo sustentable.

Para Aurys Consulting, esta relación de coexistencia y logro de interés mutuo entre empresa - sociedad se vivencia día a día en torno a 3 grandes propósitos:

### **1. Co-solución: Disminuir y mitigar impactos**

Esto significa solucionar en conjunto los impactos que una actividad económica, que tiene aportes y retornos para un conjunto de actores relacionados, pueda provocar sobre los sistemas sociales y ambientales circundantes.

### **2. Co-protección: Asegurar y cuidar recursos escasos**

Se trata de enfrentar en forma aliada desafíos de generar conciencia, usar en forma eficiente, modificar hábitos, desarrollar e investigar recursos alternativos, reutilizar, etc. para asegurar recursos escasos y que son compartidos.

### **3. Co-creación: Crear nuevas realidades**

Esto implica desarrollar sistemas de innovación abierta para resolver los problemas en conjunto, creando nuevas soluciones que generen valor superior (económico, social y ambiental).

## **Ejemplos inspiradores**

<b>Caso de éxitoCo-solución</b>	<b>Agricultura Sustentable, Chile - 2012</b>
<b>Problema e interés común</b>	Debido al incremento y diversificación de la producción agrícola en Chile, surge el desafío de asegurar la inocuidad alimentaria en toda la cadena productiva controlando la presencia de químicos. Por otro lado, pequeños agricultores de zonas afectadas por el terremoto del 2010, insertos en programas de encadenamiento productivo, requieren desarrollar mejores prácticas agrícolas para asegurar la venta de sus productos.
<b>Solución aplicada</b>	Desarrollo de un plan de capacitación conjunta entre Walmart, Bayer y el INDAP para promover mejores prácticas y el uso sustentable de productos fitosanitarios a 12 productores de Chacabuco, de manera tal de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducir la utilización de estos productos y cuidar su manipulación.</li> <li>• Aprender a seleccionar químicos adecuados y descartar elementos nocivos.</li> <li>• Cuidar la disposición final de sus desechos.</li> </ul>
<b>Aportes o beneficios para el sistema</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agricultores: participación y compromiso en la cadena de valor del retail al cumplir con estándares de alimentos inocuos, además de mejorar productividad, aumentar ingresos y generar ahorro por las buenas prácticas agrícolas.</li> <li>• Walmart Chile: fortalecimiento de su sistema de calidad de productos a consumidores finales, estandarizando procesos de seguridad alimentaria y fortaleciendo lazos con proveedores.</li> </ul>

<b>Caso de éxitoCo-protección</b>	<b>Compañía de Agua de Manila, Filipinas - 1997</b>
<b>Problema e interés común</b>	Tres cuartas partes de los hogares al este de Manila carecían del servicio continuo de agua y pagaban 7 veces su valor a proveedores ilegales. El sistema de agua y alcantarillado era el más antiguo e ineficiente de Asia y generaba grandes pérdidas de este elemento.

<b>Solución aplicada</b>	Creación de un programa colaborativo entre la Compañía de Agua de Manila y las comunidades, llamado “Tubig Para sa Barangay” (“Agua para la comunidad”), para atender las necesidades de agua fresca de las comunidades urbanas más pobres, a través de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Involucramiento de los clientes, formación de alianzas, programas específicos de trabajo con responsabilidades y monitoreo en conjunto, por ejem. para la mantención de la infraestructura.</li> <li>• Protección en conjunto de fuentes de agua subterráneas.</li> <li>• Uso de fondos internacionales (IFC y Banco Mundial) para financiar proyectos de desarrollo, subsidios de conexión y opciones de pagos flexibles a clientes.</li> <li>• Programas interactivos de educación a escuelas, ONG, empresas, entidades públicas, etc.</li> <li>• Involucramiento de proveedores locales en el suministro de más del 80% de sus equipos y materiales.</li> </ul>
<b>Aportes o beneficios para el sistema</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de un sistema de gestión transparente, con un aumento de la responsabilidad compartida y el sentido de propiedad local.</li> <li>• Desarrollo de cultura de sostenibilidad y responsabilidad social al interior de la compañía.</li> <li>• Surgimiento de emprendedores locales como proveedores</li> <li>• Disminución del agua no facturada (aquella que no llega al cliente debido a fugas o perforación ilegal), de 63% en 1997 al 11% en 2010.</li> <li>• Aumento de acceso de las personas al agua (3 millones en 1997 a 6,1 millones), logrando una cobertura de 24 hrs.</li> <li>• Modelo de “micro-negocio” que permitió a comunidades de bajos ingresos ser parte del sistema, transformándolos en socios, alcanzando ingresos adicionales y con menos incentivo a las conexiones ilegales.</li> </ul>
<b>Caso de éxitoCo-creación</b>	<b>Reducción de vasos no reciclables - 2009</b>
<b>Problema e interés común</b>	Debido a la gran cantidad de desecho sólido y recursos consumidos durante el proceso de manufactura y consumo de café, surge la necesidad de crear una alternativa más conveniente para vasos desechables: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 58 billones de vasos de papel son botados (no reciclados) cada año.</li> <li>• 20 millones de árboles son derribados y 12 billones de galones de agua son utilizados en el proceso de manufactura de vasos de papel.</li> </ul>
<b>Solución aplicada</b>	Asociación entre emprendedores, especialistas y empresas para enfrentar el desafío, creando “The Betacup challenge” que buscó, por medio de una plataforma de innovación abierta a cualquier persona u organización, soluciones sustentables a la disminución del consumo de vasos de café no reciclables.
<b>Aportes o beneficios para el sistema</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta participación de personas que pudieron canalizar sus nuevas ideas o modelos de negocio: 430 ideas, 13.000 comentarios y 5.000 valoraciones.</li> <li>• Aumento del consumo en envases retornables en la cadena Starbucks (socio de la iniciativa).</li> <li>• Desarrollo de una plataforma tecnológica disponible para continuar generando ideas en un formato de innovación abierta.</li> </ul>

## Invitación a co-existir

Estos ejemplos nos evidencian que la relación empresa-sociedad para compatibilizar intereses compartidos no es un proceso de negociación, tampoco de imposición de los intereses del más fuerte, sino que de buscar la forma más adecuada de co-existir. Tampoco es una relación para dar soluciones parciales a temas puntuales, sino que para generar nuevas realidades en contextos de constante cambio que deben ser monitoreados por todos.

Para las empresas el desafío es trabajar con una visión sistémica (más allá de su cadena de valor) y desarrollar una organización con capacidad de adaptación, diálogo, de trabajar en red, compartir múltiples miradas y establecer relaciones de co-solución, co-protección y co-creación, para resolver desafíos cada vez más complejos de negocio.

En tanto, para la sociedad el desafío recae en buscar puntos en común, superar los conflictos con visión de global más que parcial y ver las empresas como aliados para inspirar, movilizar y lograr un desarrollo superior.

Para Aurys, eso es sostenibilidad de los negocios.

Para descargar PDF: Empresa-Sociedad-Coexistencia Sustentable\_Aurys\_Mayo

Fuentes:

1. DyS noticias, "Walmart Chile y Bayer ayudan a agricultores a racionalizar uso de productos fitosanitarios" [en línea] 25 de noviembre de 2012, [http://www.dys.cl/wps/wcm/connect/DYS/dys/prensa/noticias/wcl\\_2012\\_news\\_nov](http://www.dys.cl/wps/wcm/connect/DYS/dys/prensa/noticias/wcl_2012_news_nov) [consulta: 30 de abril de 2013]
2. DyS noticias, "Walmart Chile recibe sello "Más por Chile" por Agricultura Sustentable" [en línea] 16 de agosto de 2012, [http://www.dys.cl/wps/wcm/connect/DYS/dys/prensa/noticias/wm\\_cl\\_201208\\_chilema](http://www.dys.cl/wps/wcm/connect/DYS/dys/prensa/noticias/wm_cl_201208_chilema) [consulta: 30 de abril de 2013]
3. Bayer noticias, " Alianza con Walmart Chile fue destacada dentro de las actividades de Food Chain Partnership en América Latina" [en línea] 01 de marzo de 2013, [http://www.bayer.cl/noticias/noticias\\_ver.php?id=893](http://www.bayer.cl/noticias/noticias_ver.php?id=893) [consulta: 30 de abril de 2013]

Fuente: World Economic Forum, "The new Redefining the Future of Growth

The New Sustainability Champions - 4.06 - Manila Water Company" [en línea], 2011

<http://reports.weforum.org/new-sustainability-champions/case-studies/manila-water-company/> [consulta: 30 de abril de 2013]

Fuentes:

1. Starbucks, Environment "Cup and Materials" [en línea], <http://www.starbucks.com/responsibility/environment/cups-and-materials> [consulta: 02 de mayo de 2013]
2. Beta Cup, [en línea] <http://www.thebetacup.com/>[consulta: 02 de mayo de 2013]