

PROVEEDORES: ALIADOS ESTRATÉGICOS DE LAS EMPRESAS

Sodimac, CCU y Carozzi explican de qué forma integran a este stakeholder en su cadena de valor.

POR GONZALO DÍAZ MOYA

Uno de los cuatro pilares que promueve Empresas Conscientes es el que se refiere a la integración de los stakeholders. Éste apunta a que deben analizarse todas las partes interesadas y ver cómo se ven afectadas, sea la sociedad, los empleados, el medio ambiente o los proveedores.

Este último grupo de interés es fundamental y estratégico para muchas empresas, pues lo consideran un actor clave en su cadena de valor, por lo cual una relación sólida y a largo plazo puede ser preponderante en el éxito de una compañía.

El director ejecutivo de Sistema B, Alfredo Zepeda, considera que actualmente están en marcha muy buenas iniciativas en torno al desarrollo de proveedores. “Tiendo a ser optimista en cuanto al futuro, pero también creo que la visión es más bien operacional y no estratégica”, dice.

Zepeda es categórico en señalar que “hoy nos preocupan nuestros proveedores para que no afecten negativamente nuestra operación, pero no porque nos interese su éxito. Una vez que entendamos que estamos todos juntos haciendo un gran esfuerzo por atender a nuestros clientes y avancemos juntos en esa dirección, será más fácil integrarnos”.

Advierte que aún se llevan a cabo prácticas que favorecen muy poco una alineación estratégica entre proveedores y empresas. Un ejemplo claro, dice, es cuando el pago a proveedores alcanza niveles absurdos de atraso, por lo que se hace insostenible hablar de mejora de procesos entre ambos.

Una visión similar y crítica tiene la Country Director Chile de TechnoServe,

Corina Vargas, al señalar que son muy pocas las empresas en Chile que logran una real integración de su visión y metas con sus proveedores. “Normalmente lo que se ve es una simple relación comercial sin mayor alineamiento en otros aspectos. Estamos muy al debe en este aspecto en el país”, sentencia.

Agrega que “lo importante es buscar que exista un real valor al integrar a un proveedor local a la cadena de valor de una gran empresa, de lo contrario no se sostendrá la relación en el largo plazo”.

Rivas explica que, dada su experiencia en trabajar con emprendedores para mejorar sus gaps y acercarlos a las cadenas de valor de las grandes empresas, es difícil lograr una integración de manera generalizada, ya que la mayoría de las grandes compañías no cuentan con políticas para realizar compras a proveedores más pequeños.

Construyendo relaciones sólidas

Sodimac incorpora dentro de su planificación estratégica un programa de desarrollo de proveedores, que tiene como objetivo impulsar y gestionar relaciones de aprovisionamiento responsable con ellos en el largo plazo. Es por ello que trabajan con Sedex (Supplier Ethical Data Exchange) para difundir a sus proveedores contenidos relacionados con el cumplimiento de estándares laborales, medioambientales y éticos.

El gerente general de Sodimac, Eduardo Mizón, afirma que “los proveedores son nuestros aliados estratégicos y nos une un propósito común que es construir juntos proyectos y sueños de hogar para los clientes. Trabajamos para desarrollar con ellos relaciones de largo plazo, de beneficio mutuo, basados en la confianza y sobre la base de reglas claras y

el incentivo de prácticas de operación responsables”.

El ejecutivo destaca que hace más de una década crearon un marco de relacionamiento con los proveedores que establece no sólo obligaciones, sino también derechos, denominado Transparencia Comercial Sodimac (TCS). “El TCS se rige por tres principios: equidad, buscando un trato justo para los involucrados; credibilidad, fundada en la ética, la transparencia y la confianza; y el respeto, basado en el reconocimiento de la dignidad de las personas y empresas”, explica.

También destaca la realización de cursos de capacitación en producción responsable y los Encuentros con Proveedores.

Desde CCU, en tanto, reconocen que para ellos es importante satisfacer los requerimientos de compra de los procesos productivos, comerciales y administrativos de la compañía, por medio de la promoción de relaciones comerciales colaborativas y éticas con sus proveedores, a quienes consideran sus aliados estratégicos, pues los ayudan a alcanzar altos estándares de calidad en los productos y servicios que ofrecen a sus grupos de interés.

“Orientamos nuestros esfuerzos a fortalecer un vínculo de largo plazo. Para ello nos hemos puesto como objetivo generar transformaciones basadas en las mejores prácticas y con foco en la creación de ventajas competitivas y excelencia de ejecución”, enfatiza su gerente de Abastecimiento, María Ángela Crestuzzo.

CCU dispone de diversos instrumentos que permiten gestionar el proceso de abastecimiento de forma transparente y ética. Una de sus herramientas es la “Guía de Buenas Prácticas – Proveedor CCU”, un documento basado en sus valores y principios, que entrega lineamientos

EC HOY

La utopía de Musk



JORGE BIANCHI,
MANAGING PARTNER EVOLVE UP
PRESIDENTE DE EMPRESAS
CONSCIENTES

Elon Musk, emprendedor de origen sudafricano admirado y criticado casi por igual, mostró a la prensa en días recientes el túnel de pruebas de quizás la más joven de sus empresas, The Boring Company. De boring (aburrido en inglés) no tiene nada, la empresa busca construir túneles de alta velocidad a distintas profundidades para solucionar los problemas del tráfico actual y futuro. Esta aventura se suma a Tesla, pionera de los vehículos eléctricos no contaminantes, a SpaceX, que busca economizar los viajes al espacio y colonizar Marte, a SolarCity, que impulsa la adopción de energía solar urbana, entre otros varios emprendimientos de Musk. Lo común entre estas empresas: apuntan a reconfigurar nuestra vida moderna haciendo realidad posibilidades que suenan utópicas cuando son escuchadas por primera vez.

No son pocos los que quieren ver a Musk fracasar, curiosa especie la nuestra... Es como si su fracaso fuese

a respaldar las decisiones de muchos de no atreverse a soñar más en grande, o más atrevidamente. Creo que Musk tiene habilidades muy especiales, que en su conjunto le permiten hacer lo que hace. No todos queremos ni tenemos habilidades para impulsar la fabricación de autos eléctricos o colonizar Marte. Sin embargo, creo que cada uno sí puede mirarse, conocerse, desafiarlo, y apuntar más alto o más atrevidamente en torno a lo que le gusta y quiere hacer. ¿Con qué objetivo? Ojalá motivado por hacer realidad utopías que nos harían bien a todos. Y es que parece que el solo hecho de que algo pueda beneficiar a todos lo convierte en utopía, como si la única realidad posible fuese aquella en la cual lo que beneficia a algunos perjudica a otros.

Como muchos en estas mismas fechas, reflexiono sobre el año que termina y el que está por iniciar, evaluando lo realizado y eligiendo prioridades para el siguiente ciclo. Ojalá este cambio de año este llegando acompañado de una suerte de Espíritu Santo de la Utopía, una esencia divina que se pose sobre nuestras conciencias y nos dé confianza y entusiasmo para impulsar con nuestro hacer y nuestras decisiones realidades que puedan beneficiar a todos. ¡Bienvenido 2019!

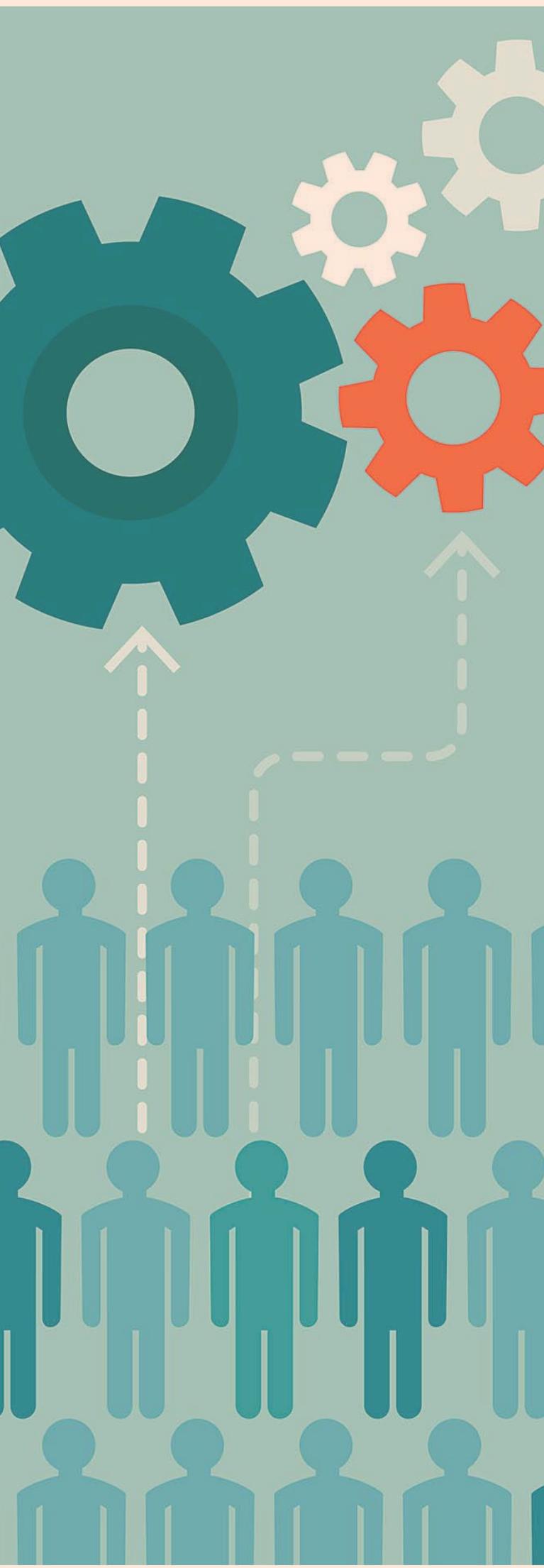
gracias a tres pilares fundamentales: el respeto a las personas, el respeto por el medioambiente y la buena conducta en los negocios.

Crestuzzo destaca diversas iniciativas desarrolladas junto a sus proveedores, entre las cuales figuran: plantas de tratamiento de desechos industriales en diversas instalaciones, uso de material reciclado en las compras de pallets plásticos y casilleros, exigencias de reciclaje de materiales en servicios de fotocopiado y reacondicionamiento de coolers dados de baja.

En Carozzi cuentan con una gran variedad de proveedores, donde los agricultores -que suman una red de 5 mil- son actores clave y son considerados sus socios estratégicos. Desde esta red, sus proveedores trabajan las principales materias primas que requieren (trigo, maíz, avena, arroz, tomate y manzana). Por este motivo, desarrollan un programa orientado a este grupo de interés, denominado Crecer Juntos, que se enmarca en el trabajo principal de uno de los cinco pilares de la estrategia de sostenibilidad: Cadena de Valor Sostenible.

“Este Programa, donde manifestamos la visión y compromiso por el crecimiento juntos, consiste en entregarle a nuestros proveedores del agro las herramientas y conocimientos técnicos para aprovechar de la mejor manera los cultivos que manejan, a través de instancias de reunión donde son convocados expertos en distintas disciplinas de interés para el sector”, declara su gerente de la División de Abastecimiento y Logística, Fernando Estebanez.

Agrega que “nos preocupamos de mantener relaciones cercanas y personales con nuestros agricultores, por esto hemos aumentado la dotación del equipo de agrónomos que constantemente acompañan y asesoran a nuestra red de agricultores”.



Transición hacia energías renovables

ENGIE ESTABLECE SU RUTA DE ELECTROMOVILIDAD

La firma de energía se está incorporando al mercado eléctrico con diversas iniciativas de transporte, entre ellas una flota de 100 buses y 30 taxis eléctricos.

POR GONZALO DÍAZ MOYA

Según declara la multinacional energética francesa Engie, parte de su estrategia es transformar Chile en un país más sustentable, poder transitar hacia un transporte eléctrico limpio y cero emisiones.

El Head of Green Mobility Engie Factory, Rodrigo Sánchez, enfatiza que como empresa los mueve ser líderes en la transición hacia energías renovables y hacia ciudades más sustentables, inteligentes y conectadas. “En este escenario la movilidad eléctrica es una parte muy relevante, porque en el caso de Chile, el mayor consumidor de



energía es el transporte, y a nivel de emisiones de CO₂ es también uno de los principales responsables, emitiendo un 25% del total”.

Engie renovó por segundo año consecutivo su compromiso con la estrategia de electromovilidad que desarrolla el Ministerio de Energía junto al de Transporte y Telecomunicaciones. “Este acuerdo reafirma nuestro compromiso con la movilidad eléctrica, y seguiremos trabajando por desarrollar una infraestructura de carga necesaria para el despliegue de esta tecnología y fomentar la electrificación del parque vehicular en Chile. Con esto pretendemos contribuir en lograr que al 2040, el 100% del transporte público sea eléctrico”, visualiza Sánchez.

Buses y taxis eléctricos

A fines de enero de 2019 llegará una flota de 100 buses eléctricos que financió Engie y que serán parte del Transantiago. Entre sus características se destaca que se alimentan de energía 100% renovable y un alto nivel de confort, al contar con aire acondicionado, cargadores para celulares y mejoras en accesibilidad, entre otros. “Este es un gran paso

para Chile, ya que posicionará a Santiago como una de las ciudades con la flota más grande de buses eléctricos en el mundo”, comenta el ejecutivo.

Sánchez añade que se espera que en el 2025 un auto eléctrico cueste lo mismo que uno a combustión interna. Frente a ello, dice que “hoy tenemos que focalizarnos y comenzar a introducir la tecnología donde más sentido tiene y ahí te encuentras con la intensidad del uso. El caso de los taxis es atractivo para la movilidad eléctrica actual, dada la cantidad de kilómetros que recorren cada día, donde es posible lograr un beneficio económico por el menor costo de operación que tienen los vehículos eléctricos”.

En octubre de este año comenzaron a circular por las calles de Santiago 30 taxis eléctricos que financió la compañía.

Desde la firma señalan que a la fecha se han instalado 40 electrolineras, de éstas 12 son públicas y el resto privadas. De aquí a fin de año esperan tener 20 puntos más de carga ubicados en Las Condes, y al 2019 tienen como meta superar los 100 puntos en todo Chile.

Programa Súper Sano

AGROSUPER APUESTA POR LA EDUCACIÓN SALUDABLE

Según el último informe de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), el 34,4% de la población chilena mayor de 15 años presenta obesidad, mientras que en menores de 5 años la cifra llega a un 9,3%, consolidándose como una de las mayores tasas en América Latina.

En la búsqueda de generar soluciones a estos problemas de salud pública, Agrosuper desarrolla desde el año 2010 el programa Súper Sano, que persigue fomentar hábitos de alimentación y vida saludable a través de conocimientos y herramientas para los alumnos de primero a quinto básico de más de 90 escuelas, en las regiones donde están las instalaciones de la compañía.

El gerente de Asuntos Corporativos y Sustentabilidad, Rafael Prieto, explica que esta iniciativa está diseñada bajo los lineamientos del Ministerio de Educación. “Súper Sano entrega herramientas a través de la intervención de la malla curricular donde los alumnos descubren las virtudes de una alimentación equilibrada, utilizando para ello material didáctico adaptado para

Desde 2010, la iniciativa -que busca mejorar los hábitos alimenticios de las personas- ha beneficiado a más de 54.000 niños, jóvenes y adultos de las regiones Metropolitana, Valparaíso, O’Higgins y Los Lagos.

cada curso”, dice.

Agrega que este programa también apoya a los apoderados con talleres que enseñan cómo preparar colaciones saludables de manera rápida y sencilla, por medio de clases realizadas por nutricionistas que forman parte del equipo de Agrosuper.

Impactos del programa

En ocho años desde la implementación del programa, se ha beneficiado a más de 54.000 niños, jóvenes y adultos de las regiones



Metropolitana, Valparaíso, O’Higgins y Los Lagos. En 2018, han participado más de 7.400 niños y más de 1.310 apoderados.

Durante el último año se realizó una encuesta a profesores y apoderados para medir cuatro dimensiones del programa: generación de confianza en la comunidad, creación de vínculos con la comunidad, efectividad e impacto social

y aporte a la reputación.

De esta manera, se obtuvo que el 96% de los apoderados y el 99% de los profesores confían en este programa y sus resultados. Esta percepción positiva se explica por el aumento en la participación en el taller con el pasar de los años, señalan desde la firma.

Por otra parte, destacan que el 92% de los apoderados y el 88% de los

profesores perciben que el programa es efectivo y un verdadero aporte en el cambio de los hábitos de vida saludable en los niños.

Paulina Zavala, docente del Centro Educativo Nihue de la comuna de San Pedro, sostiene que “el taller me parece una buena iniciativa, es muy completo en conocimientos para las necesidades nutricionales de los alumnos”.



ESTUDIO EC: CHILENOS QUIEREN QUE LAS EMPRESAS SEAN HONESTAS Y QUE PROMUEVAN EL BIENESTAR DE SUS EMPLEADOS

La tercera versión del estudio “La Empresa que queremos”, que desarrolló Empresas Conscientes (EC) y Visión Humana, reveló que los chilenos esperan que las empresas contribuyan en salud, educación-capacitación y medio ambiente, que sean honestas y que promuevan el bienestar de sus empleados. La investigación se presentó el martes 4 de diciembre en la Escuela de Negocios de Universidad Adolfo Ibáñez (UAI), instancia que incluyó un panel con académicos del CES y CBS UAI, y representantes de EC, quienes comentaron y reflexionaron acerca de los principales resultados obtenidos.

EMPRESAS CONSCIENTES CELEBRÓ SU 4TO. ANIVERSARIO

Un resumen de los últimos años de trabajo junto a los asociados, además de los nuevos planes y desafíos para el próximo 2019, fueron el foco del mensaje que entregó el director ejecutivo de Empresas Conscientes (EC), Alan García, en el cuarto aniversario del movimiento empresarial. La actividad, que se desarrolló en La Maison de France, incluyó una recepción para los asistentes, entre ellos, representantes de las diferentes empresas asociadas, el directorio EC y cercanos a la entidad.

ONU premia a Aguas Andinas en cumbre sobre cambio climático en Polonia

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) premió a la sanitaria durante la 24^a Conferencia sobre Cambio Climático (COP24) que se desarrolló en la ciudad polaca de Katowice. Se trata de un reconocimiento -en la categoría Salud Planetaria- a la Biofactoría Gran Santiago de Aguas Andinas, resultado de la transformación de las plantas de descontaminación de aguas servidas en generadoras de gas natural, electricidad, abono orgánico para suelos y agua reutilizable para uso industrial y agrícola.

SENCE GENERA ALIANZA CON CLARO CHILE PARA CAPACITAR DE FORMA ONLINE Y GRATUITA

Una plataforma de colaboración público-privado entre el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (Seneca), Claro Chile y Telefónica ofrecerá cursos online gratuitos, focalizados en tecnología de la información, emprendimientos, idiomas, habilidades blandas e inclusión, con el fin de acercar a las personas del país a un mercado laboral tecnológico. Entre los cursos disponibles están desarrollador de videojuegos, marketing digital, creación de apps y emprendimiento social, entre otros.

OPINIÓN

La asociatividad como ruta para la sostenibilidad empresarial

Hace un año, estábamos trabajando en Transelec junto a dos empresas vecinas a nuestras oficinas corporativas, Sura y VTR, para conformar una comunidad interempresas que permitiera a los colaboradores de las tres compañías compartir sus autos y hacer más eficientes y sustentables los viajes entre nuestros hogares y la oficina.

“Súbete” llamamos a esta iniciativa de carpooling que a la fecha es utilizada por más de 500 personas de las tres empresas y que desde marzo ha ahorrado casi una tonelada de emisiones de CO₂ al medio ambiente.

Este principio de asociatividad no es casual ni aislado: está al centro de nuestro modelo de relacionamiento con stakeholders y estamos comprometidos con él, porque convoca a actores diversos y complementarios; porque genera sinergias y mayor eficiencia y, sobre todo, porque se ven resultados más rápidos y de mayor impacto para las comunidades.

Otro ejemplo. Desde septiembre de este año, 2,5 kms. de la carretera de acceso a Charrúa, en la Región del Biobío, están iluminados con



DAVID NOE
VICEPRESIDENTE DE
ASUNTOS CORPORATIVOS Y
SUSTENTABILIDAD TRANSELEC

tecnología Led gracias a la Mesa Asociativa de Charrúa que integran el Ministerio de Energía, el Municipio de Cabrero, la junta de vecinos y las empresas Orazul Energy, Generadora Metropolitana, GGO Los Guindos, Colbún, además de Transelec. Este era un sentido proyecto de los vecinos de esa comunidad, quienes hoy declaran sentirse mucho más seguros a la hora de transitar por la vía pública y usar transporte público.

La asociatividad entre empresas para aportar al desarrollo local o a mejorar su entorno permite alinear los diferentes esfuerzos en torno a un objetivo común, incrementando su impacto. Además, estas acciones ayudan a legitimar la labor empresarial, más allá de las obras de una empresa individual, en un contexto en el cual los niveles de confianza empresarial son bajos difi-

cultando en algunos casos incluso el desarrollo de proyectos.

Sin embargo, trabajar de manera asociativa no es fácil. Al hacerlo las empresas deben estar dispuestas a que se diluya su presencia de marca, ya que prima la iniciativa y su carácter colectivo. Las empresas y las comunidades usualmente deben flexibilizar sus requerimientos, porque distintos actores tienen diferentes intereses. Y todo ello puede implicar demoras en la materialización de los proyectos.

Estamos prontos a comenzar un nuevo año, donde esperamos que se sigan multiplicando las iniciativas llevadas de manera colectiva, lo que implicará más beneficios a nivel local y una sana y constructiva relación con nuestros vecinos en el tiempo.

“La asociatividad entre empresas para aportar al desarrollo local o mejorar su entorno permite alinear diferentes esfuerzos en torno a un objetivo común, incrementando su impacto”.

LOS COLABORADORES: PIEZA CLAVE EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE WALMART CHILE

Desde la firma señalan que a nivel interno están desarrollando capacitaciones en ámbitos como Liderazgo, Cultura y Procesos Operativos.

POR GONZALO DÍAZ MOYA

Walmart Chile estableció el comercio electrónico como prioridad en su plan trianual, lo que se alinea con la estrategia global de ofrecer una verdadera experiencia omnicanal a sus clientes.

“No sólo estamos experimentando cambios en la forma de hacer las cosas, sino que estamos viviendo la transformación más grande de nuestra historia, y Chile será protagonista de ella”, enfatiza el Chief Digital Officer Walmart Chile y Argentina, Eli Senerman.

Desde la cadena supermercadista señalan que se embarcaron en un proceso de transformación digital con la convicción plena de que la implementación de soluciones tecnológicas les agrega valor, no sólo porque les permite alcanzar una mejor comprensión de sus clientes, sino porque les ayuda a tomar mejores decisiones comerciales y operacionales, aumentando así su eficiencia.

Integración de los colaboradores

Senerman comenta que la transformación digital es un fenómeno que ha tomado gran relevancia en el mundo del retail, impactando a nivel cultural en las empresas. “Una pieza clave en el proceso transformacional que estamos experimentando son nuestros colaboradores, razón por la cual hemos establecido diversas capacitaciones en ámbitos como Liderazgo, Cultura y Procesos Operativos, aprovechando el conocimiento de expertos internos, así como las nuevas herramientas de aprendizaje digital”, explica.

Añade que “no podemos ser una empresa digital para los clientes si no somos una empresa digital para nuestros colaboradores. Por eso es clave implementar primero los cambios internamente para luego transformarnos de cara a nuestros clientes”.

Si bien todas las áreas de la compañía están siendo parte de este proceso de cambio, es el área de



Transformación Digital, Sistemas y Comercio Electrónico la que ha liderado la estrategia de tecnología y el desarrollo de la propuesta de valor digital para los clientes y colaboradores de Walmart.

El retail del futuro

Con miras al futuro, y para llegar a ser una empresa digital con tiendas, Walmart ha impulsado una serie de

iniciativas, como invertir en una nueva plataforma tecnológica para líder.cl, la cual ha permitido duplicar sus ventas, alcanzando 4,2 millones de transacciones por semana. Además, se inauguró el servicio Pickup, que permite comprar en línea y retirar en tienda. Este año ya cuentan con 31 tiendas Pickup y esperan llegar a las 100 en 2019. De igual forma, el ejecutivo ase-

gura que la automatización de algunos procesos en sala les ha permitido descomprimir las cajas tradicionales. En 2016 se comenzó a implementar la solución Self Scanning, que al año siguiente se masificó con los Self Check Out (“Escanea y Paga”), sistema que permite comprar con el celular, sin tener que pagar los productos en una caja.

OPINIÓN

Cada vez Más Alto

■ Pocos desafíos pueden ser tan integrales como cambiar la cultura de una organización. Se trata de renovar las estructuras de conocimiento en todos los miembros de la empresa e instaurar una nueva filosofía de trabajo, para avanzar en un campo que es desconocido para todos. Precisamente ése ha sido el gran desafío al que se ha aventurado el Complejo Metalúrgico Altonorte.

La génesis de este cambio nació a principios de 2013 con las primeras reformas, todas de carácter tecnológico, como el reemplazo de un antiguo secador rotatorio por uno a vapor y la implementación de un sistema de doble absorción en la Planta de Ácido. Estas reformas permitieron mejorar el desempeño ambiental de la fundición y cumplir con lo establecido por la nueva norma de fundiciones que, para nuestra operación, comenzó a regir en diciembre de 2016.

Sin embargo, esta nueva estructura física debía dialogar con una cultura que estuviera a la altura de los nuevos desafíos. Se requería,



BEATRICE PIERRE
GERENTE GENERAL
COMPLEJO METALÚRGICO ALTONORTE

“

necesariamente, de un proceso que debía nacer en el espíritu de cada uno de los trabajadores, quienes estaban llamados a ser los verdaderos protagonistas de este cambio en el ADN de Altonorte.

Fue así como iniciamos un trabajo que permitió sentar las bases de la organización por los próximos años. Desde ese momento, nuestro primer valor, la seguridad como prioridad, ha ido guiando nuestros pasos y esfuerzos en desarrollar un proceso que permita desafiar nuestros comportamientos hacia nuestra visión: ser una fundición de clase mundial.

Para que esta frase no fuera una concepción carente de contenido, se necesitó de un plan desafiante. Así nació Más Alto, una filosofía de trabajo que, a través del auto desafío, invita a

mejorar continuamente a través de liderazgos y comportamientos constructivos.

Para ir Más Alto, hemos logrado instalar una nueva forma de trabajo orientado a la excelencia operacional, donde el trabajo en equipo, la coordinación, el liderazgo, la retroalimentación y la comunicación han sido verdaderos aliados en el camino.

El cambio, como todo quiebre de paradigma, ha sido un viaje lleno de aprendizajes. Un camino que ha ido sumando logros y nuevas metas a un Complejo Metalúrgico que continuará desafiándose hasta consolidarse como una operación de excelencia. Así lo demuestran todos los trabajadores de Altonorte, quienes están comprometidos día a día a desafiar para ir Más Alto.

El cambio, como todo quiebre de paradigma, ha sido un viaje lleno de aprendizajes. Un camino que ha ido sumando logros y nuevas metas”.

COLBÚN RECIBE MÁXIMA DISTINCIÓN DEL PROGRAMA HUELLACHILE

El Programa HuellaChile del Ministerio de Medio Ambiente entregó la máxima distinción a Colbún, debido a su gestión de la huella de carbono con los cuatro sellos de calificación que se evalúan: cuantificación, reducción, neutralización y declaración de excelencia. "Estamos felices por este reconocimiento a nuestra gestión proactiva, con una estrategia de cambio climático que busca atacar el problema y detectar aquellas oportunidades de negocio que hay en torno a este fenómeno", dijo Cristián Mosella, gerente de Innovación y Cambio Climático de Colbún.



De izquierda a derecha, Cristián Mosella, Gerente de Innovación y Cambio Climático de Colbún; Carolina Schmidt, ministra de Medio Ambiente; Sebastián Fernández, Gerente de Desarrollo de Colbún; Paula Reyes, Ingeniera Especialista Senior de Colbún.

Komatsu Cummins compromete 28 mil horas de capacitación para reinserción social

El Grupo Komatsu Cummins lanzó un programa que realizará a través de Fundación Reinventarse, con un total de 28 mil horas de capacitación en el marco de las políticas de reinserción social vigentes en el país. Dentro de esta contribución destaca el convenio de colaboración que suscribió la compañía con el Servicio Nacional de Menores (Senamer) para implementar hasta abril del 2019 cursos de capacitación dirigidos a 130 jóvenes que cumplen actualmente sus sanciones en los centros de justicia juvenil del servicio o en instituciones colaboradoras de Senamer.

CGE capacita a cerca de 3.000 bomberos y brigadistas de Conaf

Alrededor de tres mil bomberos y brigadistas de CONAF han sido capacitados por CGE entre 2017 y 2018. En los talleres, los especialistas de CGE han compartido sus conocimientos y técnicas para que los brigadistas de ambas instituciones puedan realizar su trabajo en emergencias tomando en cuenta los riesgos eléctricos a los que están expuestos. Estas capacitaciones se emmarcan en el plan de relacionamiento de CGE con la comunidad en el cual han participado más de 33 mil personas desde Arica a Villarrica en cerca de 940 reuniones y actividades.

Empresas eléctricas participan en lanzamiento de Energía Alerta

Energía Alerta es un Sistema de Información Geográfica para la Gestión de Riesgos en Energía, que trabajó el Ministerio de Energía en conjunto con la Onemi, Conaf y la SEC. Esta plataforma ofrece monitorear en forma continua (24/7) la transmisión y distribución de electricidad, detecta en el momento cualquier riesgo de incendio forestal en las cercanías de dicha infraestructura y permite a las empresas eléctricas activar planes de contingencia. Asimismo, muestra en línea las alertas de la Onemi ante amenazas meteorológicas, volcánicas, incendios forestales y marejadas.

OPINIÓN

Desafíos de management para las empresas con propósito



VERÓNICA DEVENIN,
ACADEMICA ESCUELA DE NEGOCIOS,
UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ

En el marco del Primer Encuentro Global de las Empresas B, realizado recientemente en Chile, la academia también estuvo presente. Anclado a dicho encuentro se llevó a cabo un congreso académico, también global, que buscaba conectar el desarrollo de conocimiento con el desafío de repensar la economía y los negocios como un motor de cambio para una mayor sustentabilidad social y ambiental. Entre algunas de las interrogantes que se abordaron, se encontraban: ¿Qué estilo de liderazgos requieren o emergen de este tipo de empresas? ¿Cómo la cultura local afecta al desarrollo de estas empresas? ¿Qué consumidores las eligen y por qué? ¿Qué formas de hacer marketing son necesarias, en un contexto de muy baja credibilidad por parte de la ciudadanía? ¿Qué nuevas formas de propiedad y gobierno corporativo emergen como alternativas para lograr el propósito? ¿Cómo se puede medir su impacto, y cómo ese impacto local se conecta con los objetivos globales de desarrollo sostenible? ¿Qué factores motivan a integrar un propósito social o ambiental en el negocio? ¿Cómo afecta tener un propósito a los trabajadores? O, ¿cómo los trabajadores pueden promover la incorporación de un propósito?

Si consideramos lo dicho por Larry Fink, presidente de BlackRock, en el sentido de que las compañías no solo deben tener un buen desempeño económico, sino que deben generar una contribución positiva a la sociedad, entonces estas preguntas son cruciales.

Son las preguntas que abren la puerta para comprender cómo una empresa puede incorporar un propósito ambiental y social en su estrategia y en su gestión. Son preguntas particularmente relevantes para las grandes empresas, que aún se ven a sí mismas muy lejos de este camino. Finalmente, desde la mirada estratégica y de adaptación de las empresas, incorporar un propósito tendrá que ver con las preferencias de los futuros consumidores, así como también, con la atracción y retención de talento que busca algo más que solo ganar un sueldo. Asimismo, tendrá que ver con las condiciones de legitimidad de sus operaciones, pero sobre todo con las nuevas oportunidades de negocio que se pueden visualizar al asumir los desafíos de la sustentabilidad.

“¿Qué factores motivan a integrar un propósito social o ambiental en el negocio? ¿Cómo afecta a los trabajadores tener propósito?”

ORGANIZAN



PARTICIPAN

