

MESAS REDONDAS PROhumana

URGENCIAS CLIMÁTICAS EN LAS EMPRESAS

COMPRENSIÓN, LÍMITES Y RIESGOS

**RENOVAR LOS NEGOCIOS EN TIEMPOS
COMPLEJOS Y DESARTICULADOS**

ÍNDICE ESTUDIO

El innegable **contexto** que desafía el Presente ante las Urgencias Climáticas

Desafíos claves a considerar desde PROhumana y algunos/as líderes de las Mesas Redondas

Principales **Hallazgos de Encuesta** a Líderes Participantes

Las **Claves** ineludibles para enfrentar con Alcance las Urgencias Climáticas desde el Negocio

Propuesta de análisis sistémico: principales hallazgos y conclusiones obtenidas en las jornadas de diálogo de la Mesa Redonda

Participantes protagonistas del diálogo y reflexión

Agradecimientos a Empresas Visionarias y Aliada Estratégica

Apoyos históricos y otras versiones de las Mesas Redondas PROhumana

METODOLOGÍA

De la Mesa Redonda PROhumana

PROhumana realizó entre el **6 y 16** de junio de 2023-**6 jornadas** de diálogo online.

En ellas reunió a un total de **60 líderes** (36 hombres y 24 mujeres), representantes de **48 empresas** de diversos rubros y orígenes, y **8 organizaciones** de la sociedad civil especializadas.

El **perfil de los/las asistentes** de empresas y organizaciones fue: Presidentes/as, Directores, Gerentes/as Generales, Gerentes/as Asuntos Corporativos, Gerentes/as de Riesgo, Gerentes/as Sustentabilidad, Gerentes/as y líderes de diversas áreas relacionadas con la temática, entre otros.

Las jornadas fueron moderadas por **Soledad Teixidó**, Fundadora y Presidenta Ejecutiva de PROhumana, buscando:

Conocer el accionar y cómo se gestionan en la empresa las **Urgencias Climáticas**

Saber si el hacer de la empresa en relación a las **Urgencias Climáticas** va más allá del propio Negocio

Conocer si existe una comprensión de la **Urgencia Climática** desde una aproximación sistémica y compleja

Determinar si se comienza a manejar una aproximación Regenerativa frente a las **Urgencias Climáticas**

Conocer si la gestión de las **Urgencias Climáticas** se vincula al propósito y estrategia del negocio

La **metodología utilizada es de grupo de discusión**, dirigido por una moderadora en jornadas de 12 personas participantes como máximo, y donde el tiempo total de cada jornada de la Mesa Redonda fue de 120 minutos aproximadamente. La información se analizó con la técnica de análisis de discurso y de contenido online.

Al comienzo de cada una de las jornadas, se realizó una **Encuesta a líderes participantes**. Ésta estuvo compuesta por 12 preguntas de selección múltiple y de desarrollo para complementar el diálogo. El análisis de las respuestas entregadas fue considerado para el desarrollo del Estudio.

EL INNEGABLE CONTEXTO QUE DESAFÍA EL PRESENTE

Participantes de la Mesa Redonda comentan mayoritariamente lo complejo de los desafíos de las **Urgencias Climáticas**, más allá del tipo de rubro y tamaño del negocio, ya que si éstas no son revertidas harán inviable el hacer empresarial.

Además, reconocen que hoy aceptan que las **Urgencias Climáticas** afectan la viabilidad de todo el ecosistema del planeta, destacando que se suma lo complejo que es lidiar con las múltiples visiones y acciones de cómo abordarlas que generan un accionar desarticulado y de desconfianza entre las partes.

No es que prime una visión negativista. Líderes protagonistas se muestran movilizados y señalan con determinación que es un desafío del que deben, están y quieren hacerse cargo. Pero es innegable que el no contar con una visión país sobre cómo enfrentar las **Urgencias Climáticas** y sus consecuencias -que integre a todos sus actores y refleje su característica sistémica- no alinea expectativas, diluye responsabilidades y retrasa la ejecución de acciones resilientes, y estas se quedan en medidas de adaptación principalmente.

El diagnóstico está claro lo que preocupa es que no se cuenta con un convencimiento de abordarlo sistémicamente dejando atrás los individualismos y pasando a la acción colaborativa.

La premura de la urgencia no da tiempo ya para más análisis. Señalan líderes participantes que se requiere desde las empresas de decisiones firmes y estratégicas para darle viabilidad a los negocios comprendiendo que son parte de un ecosistema, por lo que su accionar no puede limitarse a solucionar su “problema”. El éxito y la sobrevivencia hoy depende, se quiera o no, de otros y todos.

Las **Urgencias Climáticas** son un desafío de la humanidad. Donde la empresa, por su impacto y capacidad de acción y transformación, es sin duda uno de los actores más determinantes para abordarlas. Su aporte mueve la aguja, pero debe hacerlo en cooperación y referencia a otros, siendo un acuerdo mayoritariamente de líderes.

REFLEXIÓN PRO humana

¡El desarrollo de empresas y sociedad no es posible sin un sentido de pertenencia que comprometa y movilice desde la colaboración!

Maslow a mediados del siglo XX describió la pertenencia como una necesidad básica humana, y PROhumana suscribe a la relevancia de ello trabajando desde sus orígenes por el **Desarrollo Humano Sustentable y Regenerativo** que define en parte como “una “sensibilidad”, en el doble significado de esta expresión: “sentir-con-el otro” y “actuar-de-acuerdo-a-un-sentido” ... debe practicarse junto a otros, en referencia a otros, construyendo un “nosotros”¹.

“La participación y la inclusión no son solo ideales sociales a los que aspirar, sino requisitos previos fundamentales para el surgimiento de diversas culturas regenerativas en todas partes”². ¿Por qué negamos entonces nuestra condición intrínseca humana de colaborar con otro, para un nosotros? Cada vez se ve mayor división y distancia ante una realidad que sólo visualiza soluciones desde el incluir.

¹ “La Responsabilidad Social: Construyendo sentidos éticos para el desarrollo”, PROhumana, 2000

² Información disponible en: <https://designforsustainability.medium.com/building-a-regenerative-future-4b6bf40842b6>

DESAFÍOS CLAVES A CONSIDERAR DESDE PROhumana Y ALGUNOS/AS LÍDERES DE LAS MESAS REDONDAS

PROhumana en este Estudio **-desde su rol de organización facilitadora y gatilladora de conversaciones diversas y trascendentes entre actores de una sociedad-** pretende develar la complejidad y multiplicidad de factores que la determinan. **Facilitando la comprensión de la crisis actual, exponiendo lo que entrapa y los espacios necesarios de toma de consciencia y transformación donde empresas y personas encuentren soluciones.**

Así también, PROhumana ayuda a **visualizar los retos presentes/futuros y desde dónde se debe trabajar y visionar estrategias que se hagan cargo de la crisis actual** y que contemplen miradas disruptivas y sistémicas fundamentales a la hora de liderar acciones desde la coherencia y consistencia las **Urgencias Climáticas.**

REGENERACIÓN

La regeneración, comprendida como el ir más allá de la sostenibilidad y la mitigación de daños, apuntando a restaurar y nutrir activamente, creando condiciones donde los ecosistemas, las economías y las personas puedan florecer,³ es un concepto que líderes empresariales declaran se comienza a utilizar en el discurso, pero no está siendo abordado por las empresas desde lo que realmente significa. O por otra parte, se ve como una conversación muy de futuro que por el nivel de desarrollo en el que se encuentran no les es posible aún abordar.

Pero ya se está tarde si sólo la empresa se concentra en abordar la crisis desde medidas de mitigación y adaptación. Hoy la tendencia global muestra cómo la transformación desde la circularidad no está visualizando la integralidad del desafío y sus consecuencia, desafiando al mundo privado a mirar los procesos y acciones como un espiral en velocidad creciente. Aquí transformar es relevante, pero lo es aún más, hacerlo desde soluciones y proyectos que permitan dejar atrás externalidades, recreando formas que enriquezcan y hagan evolucionar los procesos, y también a las personas que desde renovadas aproximaciones y reflexiones llegan son parte.

³ Regeneration Rising, Sustainability future, 2022, WundermanThompson

TRANSICIÓN JUSTA

Es la mirada con la que hay que enfrentar esta crisis que está poniendo en jaque la sobrevivencia de las empresas, pero por sobre todo, el vivir de las personas que están en los territorios impactados por las consecuencias de la pérdida de biodiversidad, como así también, el de aquellas que por sus condiciones socioeconómicas están siendo las primeras afectadas por las transformaciones (o no) que se están implementando.

Las Empresa, los Estados, están llamados a la acción que innegablemente conllevará un impacto, pero este debe ser gestionado y sopesado. Los esfuerzos por convertirse en una sociedad y economía sustentable requieren de transformaciones que no pueden transferir sus costos a las poblaciones más vulnerables. Deben generarse estrategias de desarrollo sustentable, pero que carecerán de viabilidad y justicia, si es que no se gestionan, dialogan y construyen cuidadosamente con quienes se ven primeramente afectados, garantizando sus derechos y compensando ponderadamente en base al impacto que ya tendrán que asumir en su vivir.

SOLUCIÓN DESDE LA UTOPIÍA

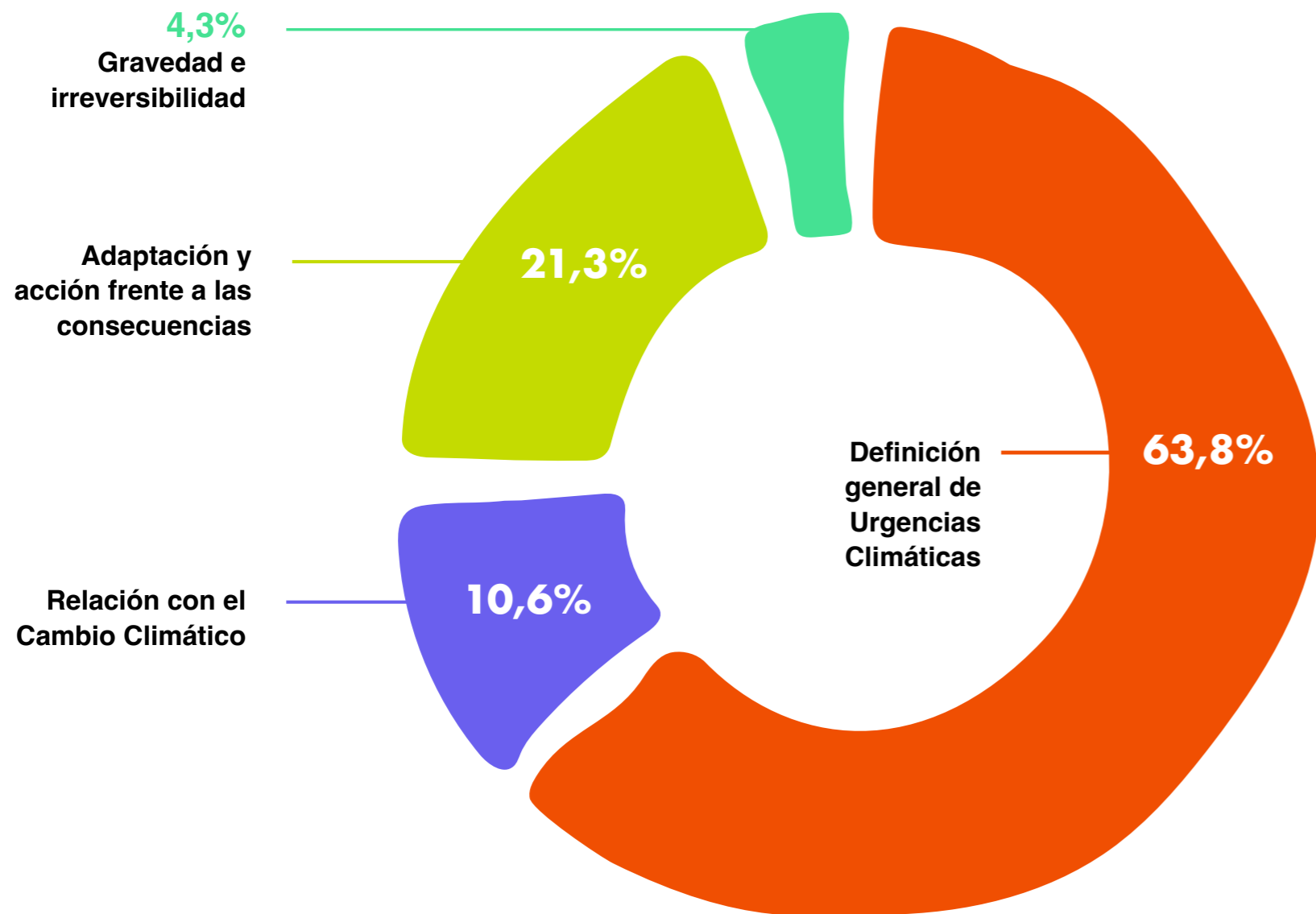
El contexto es crítico y apremia, y sus riesgos ineludibles. Las transformaciones para los negocios exigen de transformaciones radicales desde la gestión, hasta en quienes hoy lideran y son parte de la empresa. La red de actores del ecosistema empresarial también debe renovarse en aproximaciones y toma de responsabilidades de las consecuencias de la crisis climática y sus necesarias soluciones.

La realidad no debe inmovilizar o ser negada. La invitación es a considerar la crisis como una utopía a lograr que traerá beneficios transversales. Empresas, Estado, Organizaciones de la Sociedad Civil y Personas han de sumarse a la resiliencia y alianza dejando atrás la apatía que ha llevado a la humanidad y planeta a estar enfrentando una de sus mayores crisis de sobrevivencia.

PRINCIPALES HALLAZGOS DE ENCUESTA A LÍDERES PARTICIPANTES

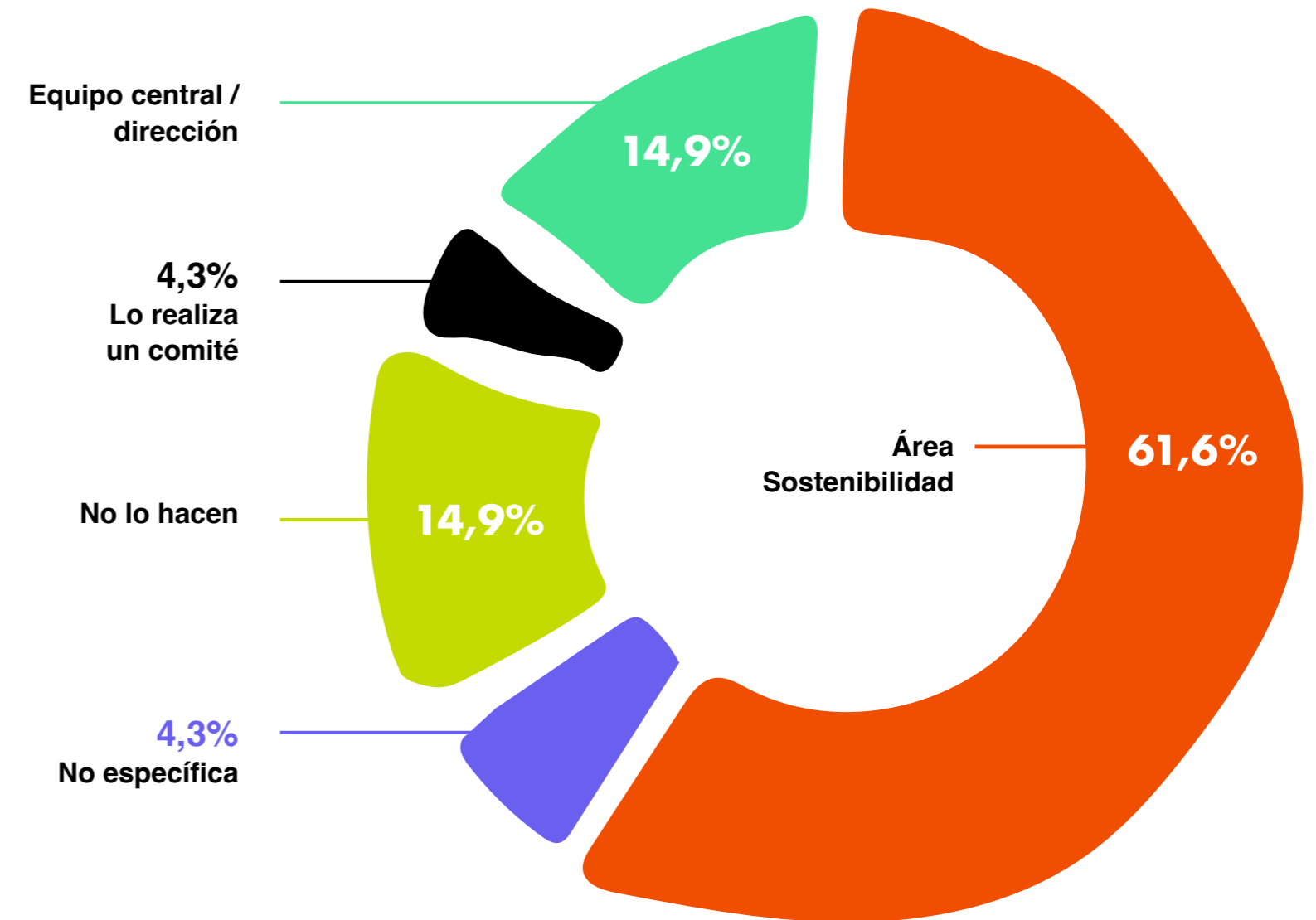
1

BREVEMENTE: ¿QUÉ ENTIENDES POR URGENCIAS CLIMÁTICAS?

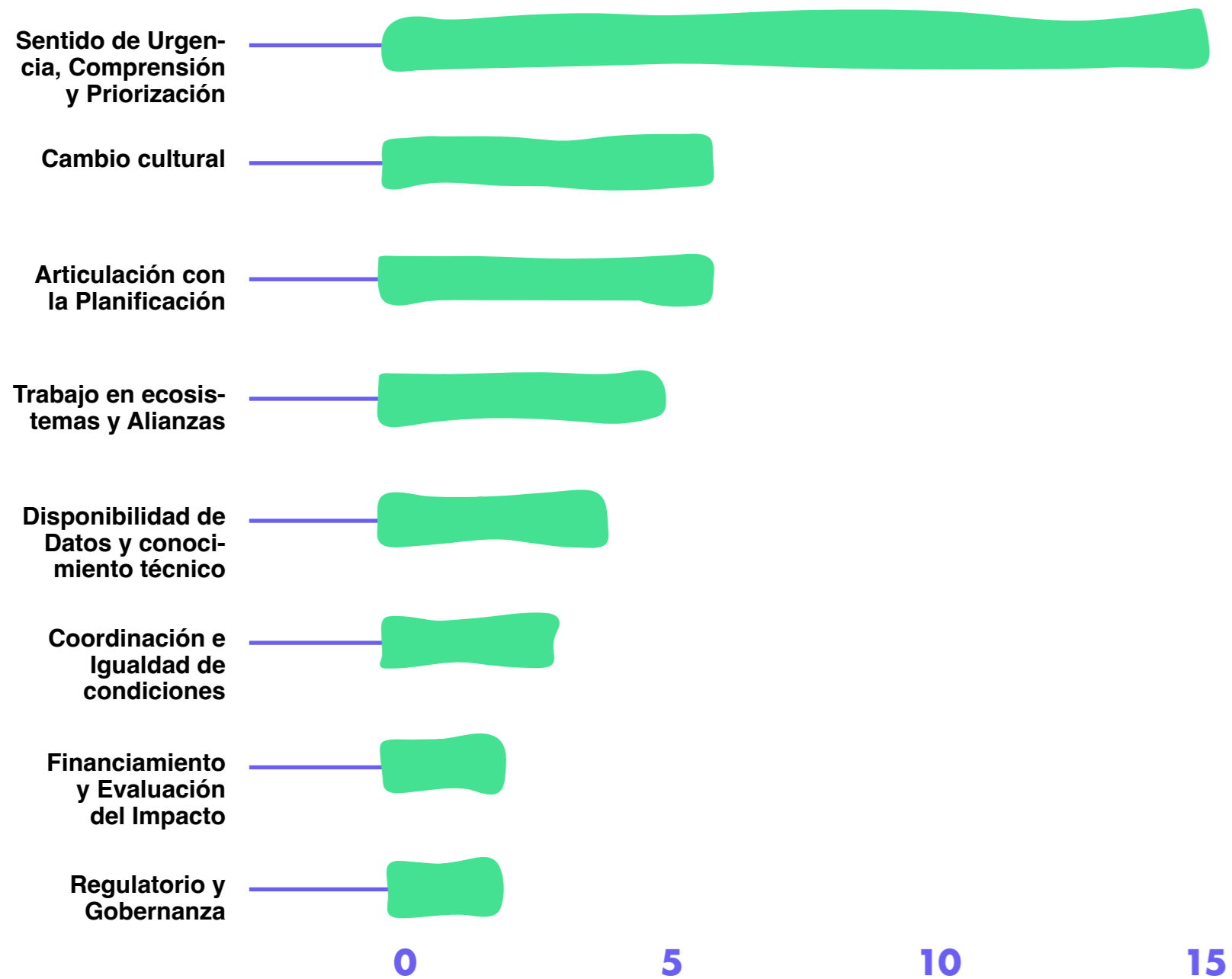


¿QUIÉN/ES ESTÁ/N ARTICULANDO Y GESTIONANDO LOS INDICADORES CLIMÁTICOS QUE TU EMPRESA HA DECIDIDO CONSIDERAR?

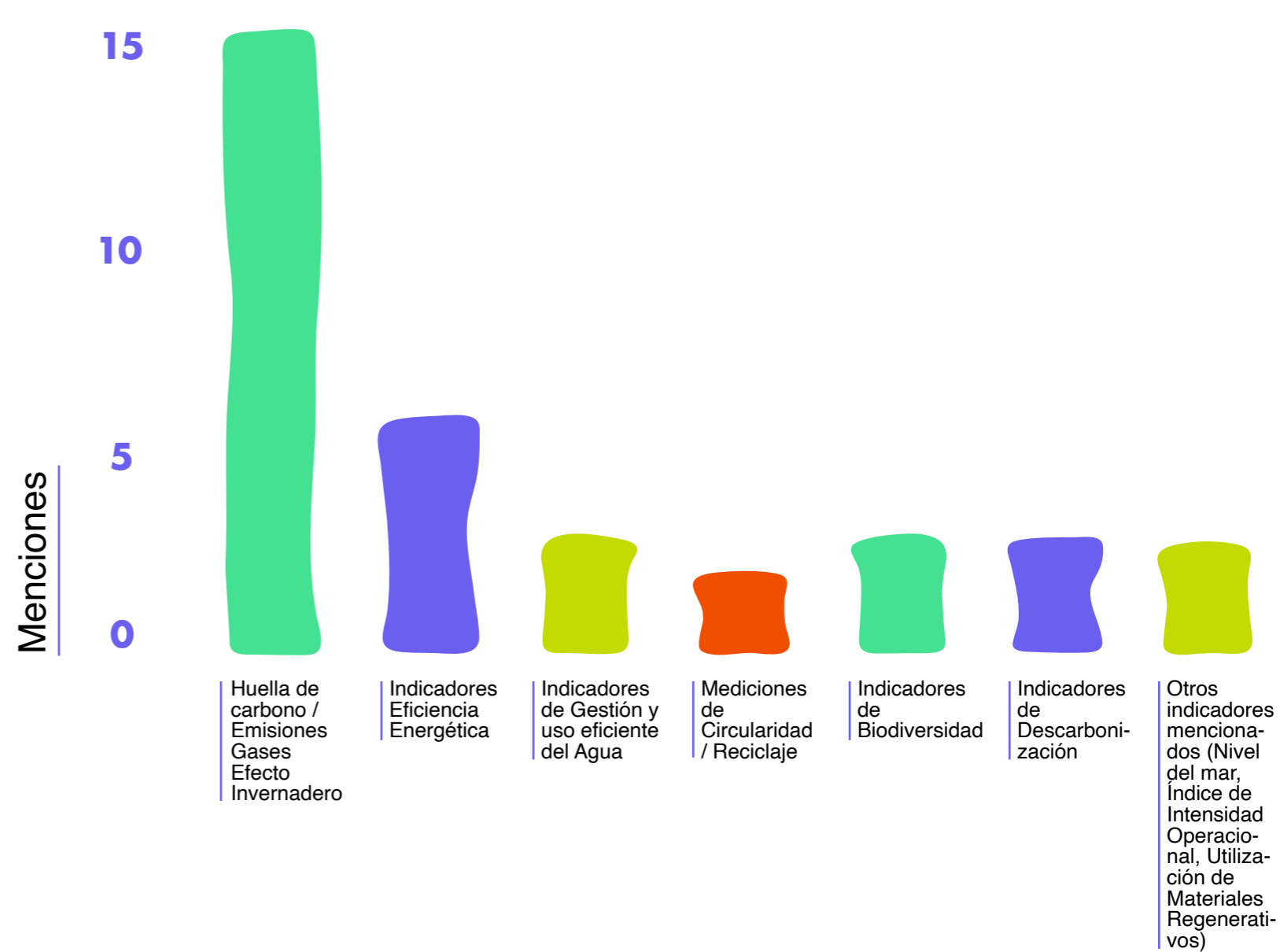
2



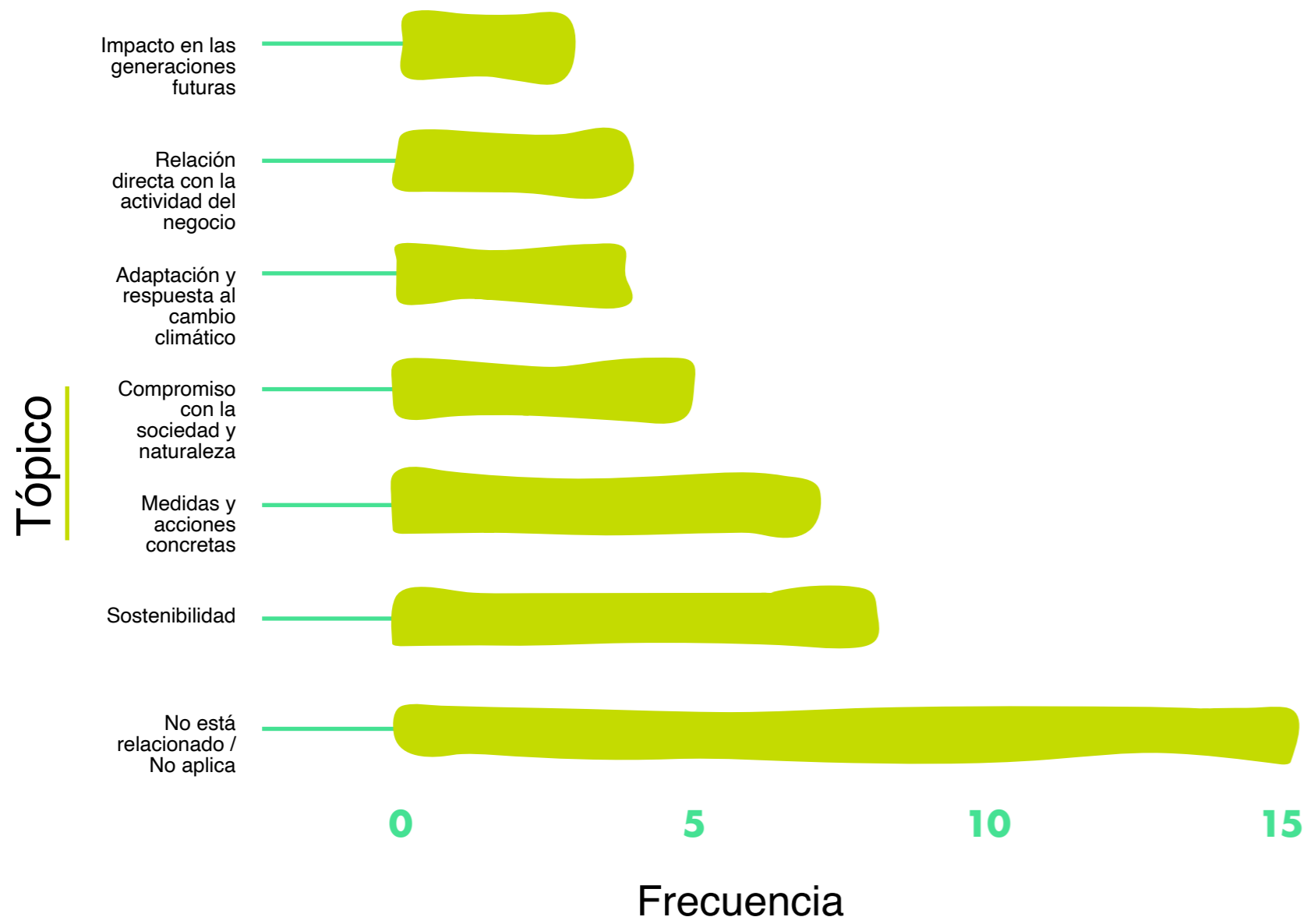
¿QUÉ ES LO MÁS DIFÍCIL DE LOGRAR EN LO QUE RESPECTA A ARTICULAR LOS ASPECTOS Y TEMAS VINCULADOS A LAS URGENCIAS CLIMÁTICAS?



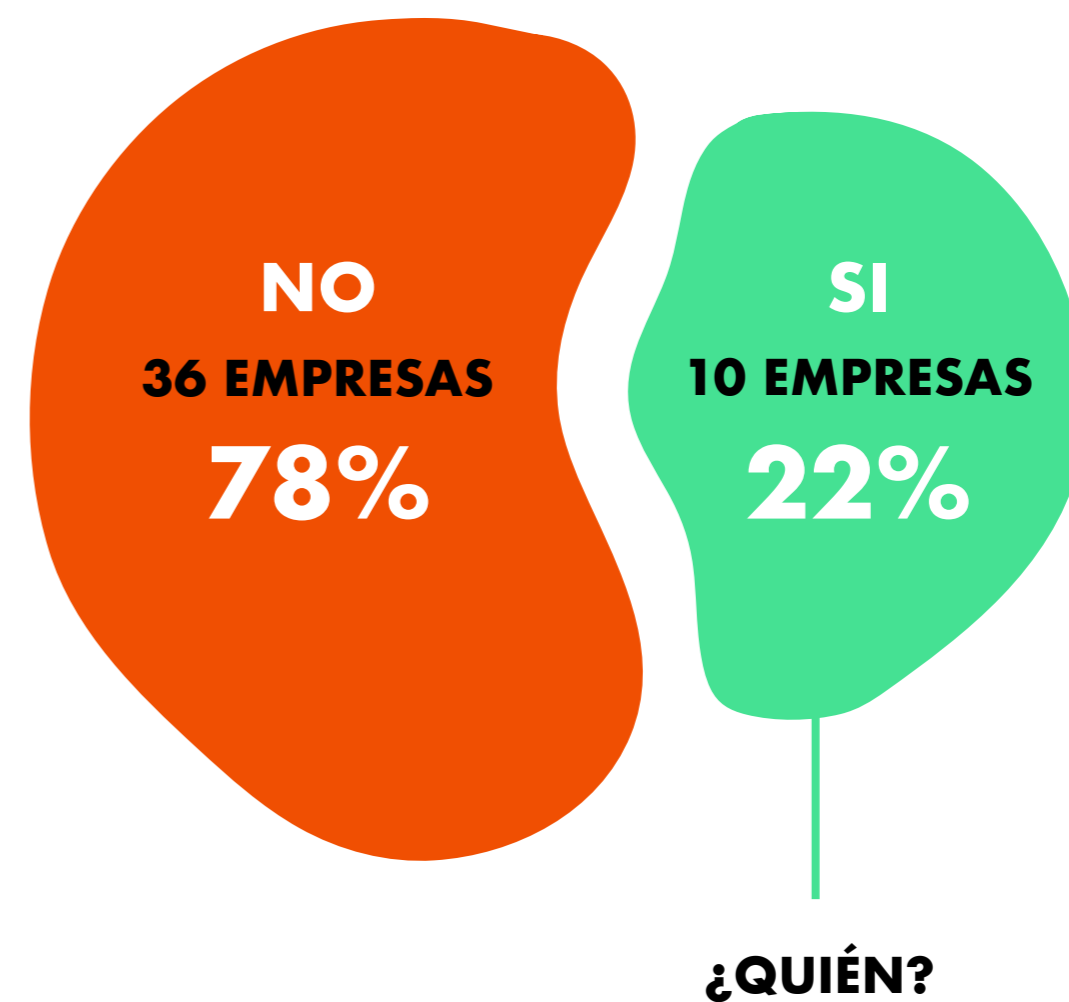
¿QUÉ INDICADORES CLIMÁTICOS CONSIDERAS MÁS EXITOSOS EN TÉRMINOS DE SOLUCIONES Y MEJORÍAS?



¿CÓMO ESTÁN RELACIONANDO LAS URGENCIAS CLIMÁTICAS CON EL PROPÓSITO DEL NEGOCIO DE LA EMPRESA QUE TÚ ERES PARTE?

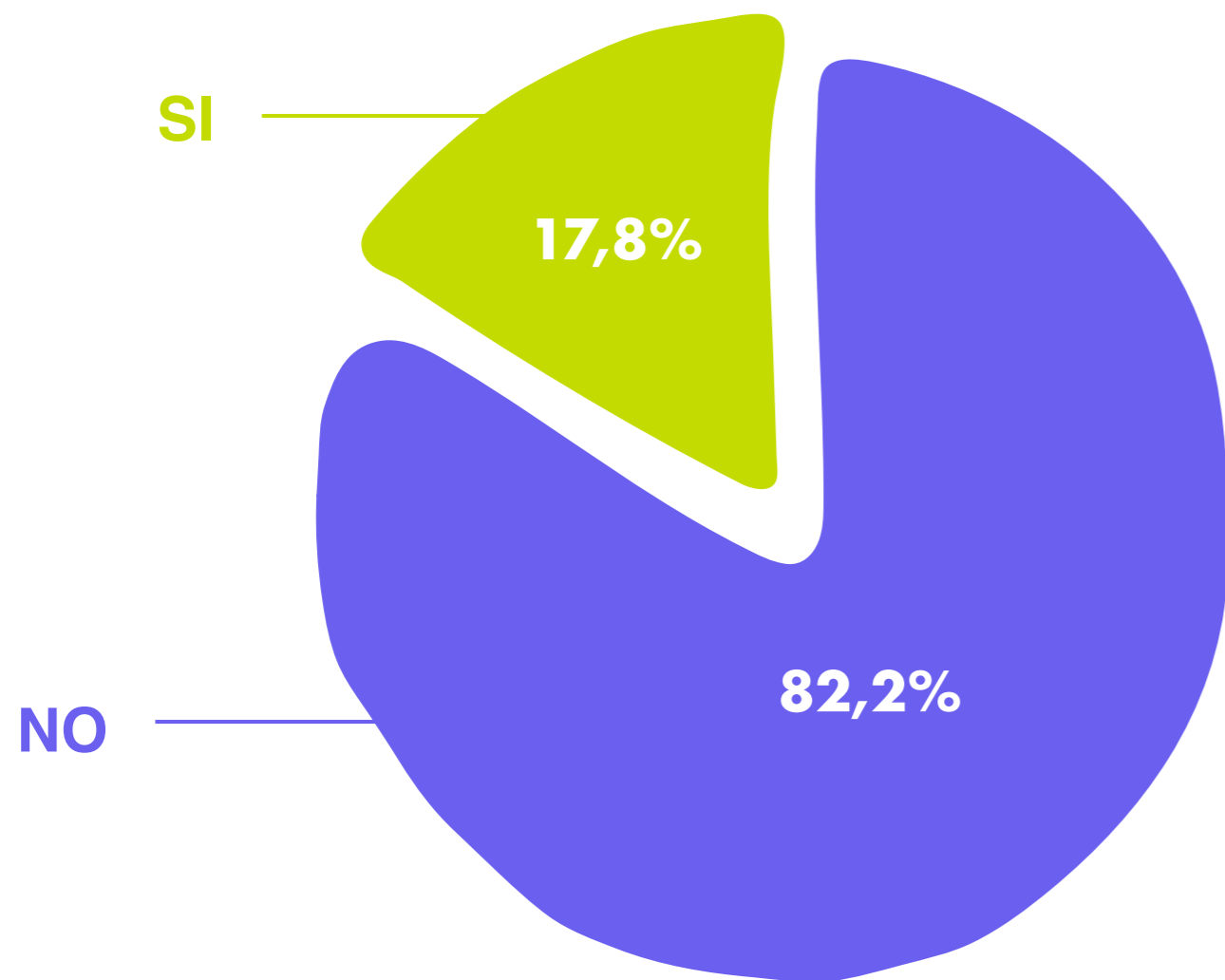


¿HAY ALGUIEN PENSANDO Y ANALIZANDO LA COMPLEJIDAD DEL NEGOCIO, DESDE EL MARCO DE LAS URGENCIAS CLIMÁTICAS?

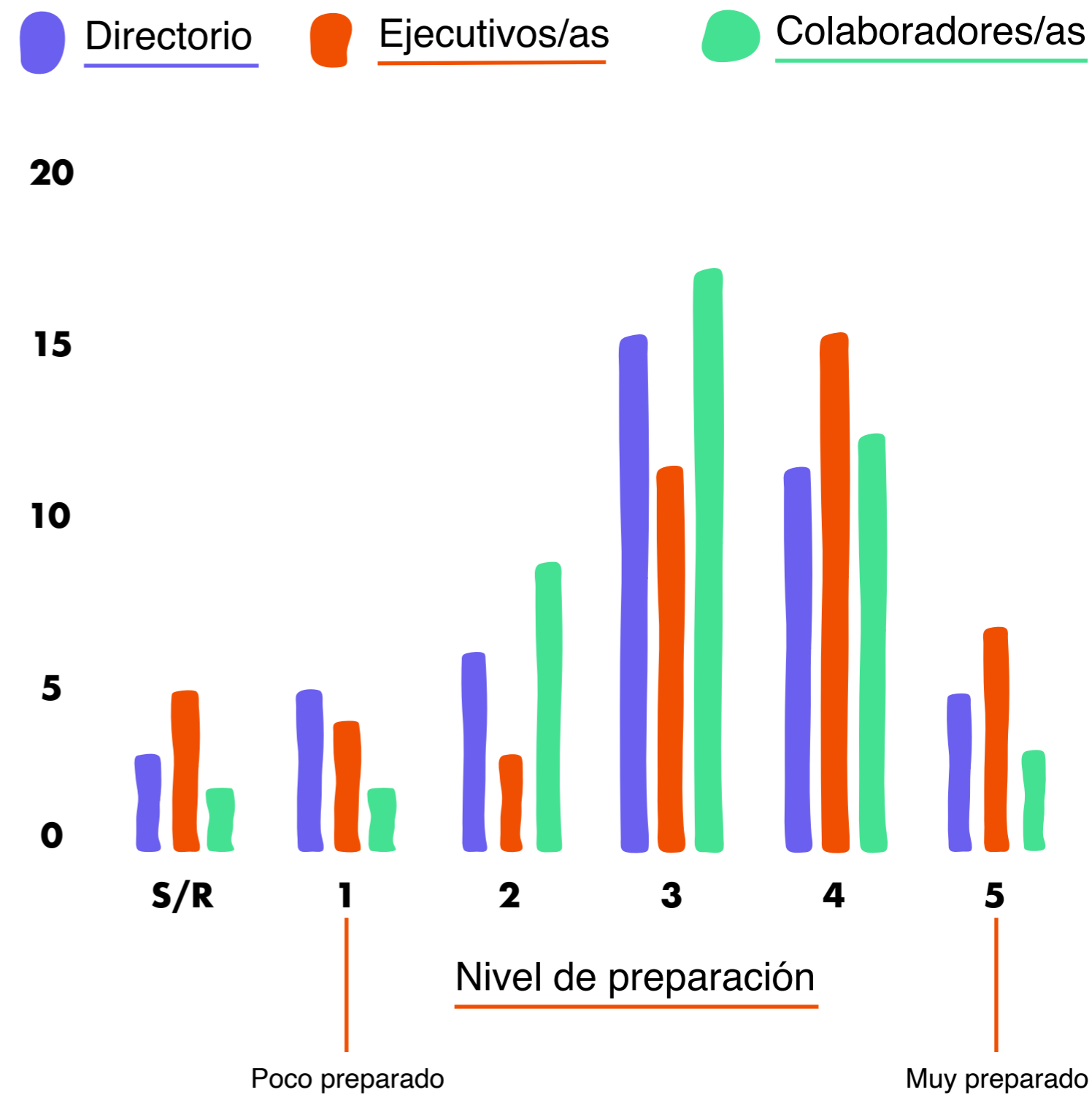


Encargado	% de encuestados/as
Área Sostenibilidad	6,52%
Subgerencia Cambio Climático	2,17%
Equipo Interdisciplinario	13,04%

¿EN TU EMPRESA, SE ESTÁ CONSIDERANDO GESTIONAR LAS URGENCIAS CLIMÁTICAS DESDE UNA MIRADA REGENERATIVA?



NIVEL DE PREPARACIÓN EN RELACIÓN A LAS URGENCIAS CLIMÁTICAS DE DIRECTORIO, EJECUTIVOS/AS Y COLABORADORES/AS



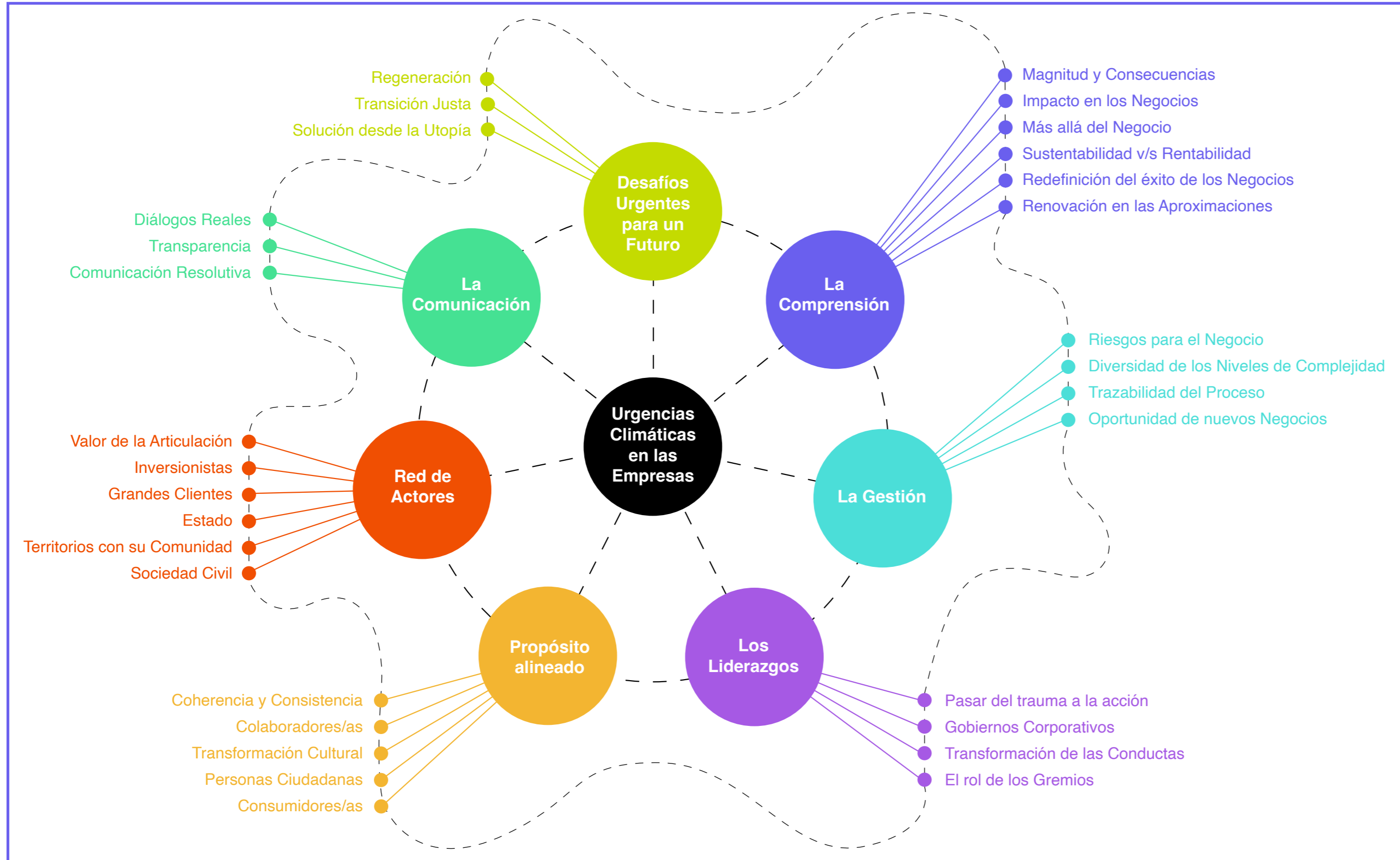
IV CLAVES INELUDIBLES PARA ENFRENTAR CON ÉXITO LAS URGENCIAS CLIMÁTICAS DESDE EL NEGOCIO

En base al análisis de las jornadas de diálogo realizadas con líderes empresariales y sociedad civil, y al trabajo de PROhumana de más de 30 años promoviendo el **Desarrollo Humano Sustentable** que se armoniza con todo el ecosistema que comparten seres humanos y toda su biodiversidad, se presentan las **claves** que hoy no se pueden obviar si se espera ser un negocio **viable y valorado sustentablemente** a lo largo del tiempo.





PROPUESTA SISTÉMICA ANTE UN DESAFÍO COMPLEJO



Este Estudio que sistematiza la reflexión y visión de **60 líderes** refleja la complejidad del desafío; exponiendo los **factores** que la determinan y son considerados por este grupo de líderes.

Como un aporte a la solución sistémica de esta Crisis, es que PROhumana plantea este **mapa de factores** expresados por el grupo lo que permite profundizar en lo que implica cada **desafío**, pero la propuesta es a interconectarlos desde las múltiples relaciones existentes entre estos, y así comprender su complejidad, y la relevancia de considerarlas y trabajarlas como un todo sistémico.

● DESAFÍO: LA COMPRESIÓN

- Magnitud y Consecuencias
- Impacto en los Negocios
- Más allá del Negocio
- Sustentabilidad v/s Rentabilidad
- Redefinición del éxito en los Negocios
- Renovación en las Aproximaciones

Para el sector empresarial las Urgencias Climáticas que están vivenciando eran un escenario sólo de conocimiento, pero no soportaron su

● MAGNITUD Y CONSECUENCIAS

LIPROEM (sigla con la que se nombrará durante el Estudio a líderes empresariales protagonistas de la Mesa Redonda) destacan que comienzan a ser abordadas por algunas empresas debido a que sus consecuencias están afectando la viabilidad del propio hacer del negocio, así como también el alcance de las metas establecidas en sus estrategias corporativas.

Además, el Estado lo comienza a exigir o regular cada vez más; y los mercados locales y globales lo toman como una variable relevante a la hora de comprar e invertir.

Declaran que no vieron el

● IMPACTO EN LOS NEGOCIOS

que traerían los riesgos climáticos porque no les significaban una amenaza directa. Aún la empresa tiende a movilizarse cuando algo las pone en real riesgo, sin una mirada de largo plazo. Pero hoy lo vivencian como una realidad innegable, así como el relevante rol que juegan en la aceleración o atenuación de éstos.

Son enfáticos en señalar que aún existe una falta de convicción estratégica de que las Urgencias Climáticas son una realidad en exponencial aumento. Las acciones que realizan no visionan escenarios de futuro, haciendo frente a sus consecuencias desde la mitigación y en muy pocos casos con adaptación

REFLEXIÓN PRO humana

No sólo la viabilidad del propio negocio exige hacerse cargo de las Urgencias Climáticas. La sociedad presiona para que ocurran los cambios, identificando a la gran empresa como una de las principales responsables.

¡Si no, se corre el alto riesgo de perder presencia en el mercado o de poder operar!

Uno de los más relevantes desafíos que se plantean en la Mesa Redonda es comprender que las Urgencias Climáticas no terminan en la empresa, en el territorio donde operan o en su alcance de acción. Éste es un riesgo para el país, empresas, organizaciones, personas. Es una crisis del planeta y por lo mismo sus efectos son transversales.

LIPROEM evidencian que las empresas están en la etapa de hacer frente a sus propios riesgos, tomando decisiones estratégicas que solucionan lo que les apremia directamente. No se comprenden como parte de un ecosistema que también está experimentando cambios y riesgos, por lo que las variables que deben trabajar tienen que ir

● MÁS ALLÁ DEL NEGOCIO

El contexto apremiante obliga a renovar la manera de gestionar y operar más bien individualista y unidimensional que ha primado hasta ahora, buscando soluciones colaborativas, de impacto sistémico y sustentables para el negocio.

¿Y por qué esto no ocurre? LIPROEM lo atribuyen a la persistente tensión entre **SUSTENTABILIDAD Y RENTABILIDAD**

Las Urgencias Climáticas son una realidad que está afectando el presente, pero no siempre se pueden visionar con claridad las consecuencias o nuevos riesgos que se presentarán. No toda inversión de hoy puede ser útil en el futuro, o contar con un sistema -político/social- que les permita implementarlas.

Todavía se pone en jaque si una acción es oportuna cuando afecta los resultados económicos de la empresa. Sin embargo, quienes lideran y empujan desde dentro de las empresas un modelo sustentable, tienen claro que para enfrentar los riesgos de las Urgencias Climáticas hay que invertir, aunque no signifique un retorno directo. Una solución que plantean LIPROEM es atreverse a innovar a más pequeña escala, lo que puede significar un costo en el corto plazo, pero un posible beneficio para el desarrollo del negocio.

Se hace urgente entonces **REDIFINIR LO QUE ES HOY EL ÉXITO DE UN NEGOCIO**

lo que genera tensión y baja adhesión, ya que el mercado se mueve principalmente en base a rentabilidad y cumplimiento de indicadores de desempeño. No se ha logrado cuantificar o valorar lo que implica para una empresa ser reconocida por cómo logra sus éxitos económicos, es decir, si ésta tiene impactos ambientales u otros

Hoy personas/consumidoras exigen, premian y eligen a empresas que están realizando transformaciones radicales para combatir las urgencias planetarias. Pero esto no es determinante para la toma de decisiones en las empresas, ya que no se considera un retorno de valor directo.⁴

Otra variable de alta complejidad al momento de comprender las Urgencias Climáticas es desde dónde las empresas las abordan. Algunas, lo hacen desde la mitigación, mientras otras van un poco más allá, reduciendo el impacto que genera su hacer y adaptando su gestión y procesos, pero que carecen de una decisión estratégica permanente, y menos, resiliente.

LIPROEM señalan que es un desafío dentro de las empresas el

RENOVAR ESTAS APROXIMACIONES

donde la Resiliencia está ausente y es fundamental que tome protagonismo. Esto permitirá asumir el desafío -identificado como traumático por las rápidas consecuencias que ha provocado para el negocio- desde una adaptación integral, que maneje las variables sistémicas del problema, y por lo mismo, entregue la visión de diversas soluciones

Hoy el desafío está en lograr que la comprensión y convicción sobre las Urgencias Climáticas lleve a las empresas a ser propositivas, resilientes y activas en su hacer

⁴ Para profundizar sobre Reputación empresarial, se sugiere revisar el Estudio PROhumana "Reputación Coherente y Consistente", año 2022, disponible en <https://prohumana.cl/wp-content/uploads/2022/05/Estudio-PROhumana.-Reputaci%C3%B3n-Coherente-Consistente.pdf>

● DESAFÍO: LA GESTIÓN

- Riesgos para el Negocio
- Trazabilidad del Proceso
- Diversidad de los Niveles de Complejidad
- Oportunidad de Nuevos Negocios

Hay consenso entre LIPROEM que la relevancia y priorización estratégica que se le da a las Urgencias Climáticas en las empresas, es absolutamente proporcional al

● RIESGO QUE SIGNIFICA PARA EL NEGOCIO

Aquellas empresas que se relacionan directamente con los componentes ambientales en los territorios, porque son su materia prima o dependen de ellos para llevar a cabo su hacer, están abordado con mayor fuerza lo que significa gestionar los riesgos de estas urgencias. La escasez hídrica, alteraciones de las temperaturas, transformación de la biodiversidad, cambios en los comportamientos de las lluvias y/o modificaciones en los territorios, y más, son parte del escenario actual que enfrentan y que modifica radicalmente el cómo operan.

El hacerse cargo de las Urgencias Climáticas no es una opción, convirtiéndose en una necesidad de sobrevivencia el conocerlas, monitorearlas y adaptarse con resiliencia a ellas para darle viabilidad al negocio.

Están las empresas que no generan un significativo e inmediato impacto en el entorno, pero sí parte de sus procesos afectan en la aceleración de las Urgencias Climáticas y/o comprenden que no pueden desvincularse de este riesgo planetario transversal. Por lo mismo, determinan metas en sus estrategias corporativas concentrando principalmente su preocupación y acción en lograr procesos de producción limpia, optimización logística, gestión de residuos, entre otros.

También, pero aún en un porcentaje muy menor en relación al universo de empresas, están las que independientemente del nivel de riesgo e impacto, se plantean como negocios que no pueden existir si es que su hacer no considera la protección y recuperación de la biodiversidad. Éstas han tomado decisiones de transformación profundas en sus modelos o se originan desde esta determinación. No sólo es porque es lo que “hay que hacer”, sino que visionan estratégicamente que el ecosistema no podrá permitirles sobrevivir si las consecuencias de las Urgencias Climáticas continúan perpetuándose como la nueva realidad.

Esta ● DIVERSIDAD DE NIVELES DE COMPLEJIDAD

con la que se están abordando las Urgencias Climáticas significan un riesgo para todo el contexto empresarial. Ya que algunos negocios apuntan a soluciones de macro impacto, mientras otros aún están actuando desde una pequeña escala, o aún más preocupante, recién se están comenzando a vincular con la responsabilidad que todas tienen en esta crisis al ser parte de la cadena sistémica de riesgos y soluciones.

LIPROEM comenta que esto se debe al contexto de cada una de las empresas. Algunos son negocios consolidados, con capacidad de inversión y conocimiento técnico para hacerlo; mientras otros están en una etapa de consolidación y/o pertenecen a un sector empresarial que está en crisis por la contracción del mercado, haciendo que la capacidad de gestión ambiental más allá de lo que les permite subsistir no tenga cabida.

REFLEXIÓN
PRO
humana

Las Urgencias Climáticas deben ser una responsabilidad estratégica de toda empresa por sus efectos interconectados.



Hoy ningún negocio se puede desvincular del riesgo ambiental que se presencia, por lo que aportar a su solución es considerado ya como un mínimo.

LIPROEM dan a conocer que en sus empresas se están gestionando principalmente los riesgos e impactos desde el **Alcance 1 y 2**, sin abordar la relevancia que tiene llegar con transformaciones al **Alcance 3**.

● **LA TRAZABILIDAD DEL PROCESO**

completo de producción y generación de servicios es clave de conocer y abordar, si no los esfuerzos realizados no logran el impacto necesario para el negocio. La cadena completa, en donde los proveedores juegan un rol estratégico, tiene que ser considerada, y sus impactos en el ecosistema gestionados y solucionados

La gran oportunidad para LIPROEM está en comprender que la gestión de las Urgencias Climáticas no es sólo un costo, sino que es una

● **OPORTUNIDAD DE NUEVOS NEGOCIOS**

o de renovadas formas de hacer empresa, maximizando recursos, generando nuevas soluciones y reorganizando estructuras. Alineándose además al valor estratégico que hoy algunas empresas buscan desde un ser y hacer con impacto sustentable.

REFLEXIÓN
PRO
humana

Esta visión ante las Urgencias Climáticas es clave, porque permite salir de la parálisis que genera un escenario de riesgo real y latente. Motiva, energiza y empodera a las empresas a buscar soluciones innovadoras, con impacto positivo para el ecosistema y el éxito del negocio.

● DESAFÍO: LOS LIDERAZGOS

- Pasar del trauma a la acción
- Gobiernos Corporativos
- Transformación de las Conductas
- El rol de los Gremios

LIPROEM señalan que quienes lideran las empresas tuvieron una reacción de sobrevivencia ante las Urgencias Climáticas, tomando decisiones más bien reactivas. Sin embargo, en algunos casos ya está mutando a la convicción de que es en muchos casos “la única manera” de permanecer en un contexto de crisis climática que las está determinando.

El desafío está en salir del **● DEL TRAUMA DE LA REALIDAD QUE ESTÁN VIVENCIANDO**

y pasar a la acción. Utilizarlo como un movilizador, no por la sanción, sino que por la gran oportunidad que significa la reconversión para generar negocios de bajo impacto en el ecosistema, pero de alto retorno económico, social y ambiental.

El **● GOBIERNO CORPORATIVO**

de la empresa es el que debe entregar renovados marcos de normas y prácticas alineadas con la tendencia global. Pero éstos deben estar liderados bajo la convicción de que hay que asegurar no sólo la viabilidad del negocio, sino que la de todas las partes involucradas contribuyendo al bien común colectivo. Y ésta NO es una realidad que se observe de manera generalizada en las empresas por LIPROEM

REFLEXIÓN
PRO
humana

Hay que transformar no sólo el discurso, sino que la estrategia y la acción. El paradigma de cómo se hacían los negocios hasta hoy, ya está obsoleto. Se requiere de decisiones firmes y estratégicas por parte de líderes empresariales para dar viabilidad a los negocios comprendiendo que son parte de un ecosistema, por lo que su accionar no puede limitarse a solucionar su “problema”.

Generar rentabilidad bajo criterios sustentables es ya un desde. Hoy el desafío para LIPROEM está en incorporar las Urgencias Climáticas dentro de las matrices de riesgo de las empresas, que deben considerar a todos los actores del ecosistema empresarial. Si no, la viabilidad del éxito del negocio sigue estando en peligro, y se perpetua la percepción -fundada o no- de que las empresas son más declaraciones que acción real.

Para esto, la **● TRANSFORMACIÓN DE LAS CONDUCTAS**

de quienes lideran y toman las decisiones estratégicas en los negocios es la clave y otro gran desafío de esta complejidad. Es de suma importancia comportarse a la altura del reto que presentan las Urgencias Climáticas para el mundo empresarial, y con impacto para la sociedad en su totalidad. Éstas son las principales conductas que identifican LIPROEM que hay que trabajar:

1

Falta de RESILENCIA y FLEXIBILIDAD COGNITIVA...

Las habilidades que hoy se requieren para enfrentar la crisis no son las mismas que antes llevaban al éxito a las empresas. Hay que aceptar que eso implica un proceso de humildad, avanzando con determinación y convicción. Líderes aún no asumen que para ello es ineludible re-formarse y exponerse a nuevos conocimientos que permiten observar y actuar desde renovadas perspectivas, para así crear soluciones que sintonicen con las necesidades actuales.⁵

⁵ Para profundizar en la Flexibilidad Cognitiva, se sugiere revisar el Estudio PROhumana “La Flexibilidad Cognitiva en el Ser Humano”, año 2022, disponible en <https://prohumana.cl/wp-content/uploads/2022/10/Mesa-Redonda-Flexibilidad-Cognitiva.pdf>

2

Ausencia de COLABORATIVIDAD...

Que no permite una conexión fluida entre los diversos actores que son parte y determinan a las empresas. No se busca una acción filantrópica de las partes. Es correcto que cada una vele por lo que cree, y desde la experiencia particular, sabe que es parte de lo que se debe hacer, pero sí comprender que el trabajar en conjunto permitirá encontrar soluciones más efectivas y adecuadas.

3

Baja compresión de lo SISTÉMICO...

Si la empresa avanza de manera individual, sin considerar que en otros también hay necesidades, conocimientos y aportes, no se está comprendiendo la complejidad de la urgencia. Esto puede implicar no avanzar a la velocidad de eficiencia que la empresa busca y está acostumbrada, tener que invertir para considerar las partes, y retroceder para aunar ideas y criterios para el entendimiento común. Pero ya no basta con comprender que los riesgos climáticos los determinan múltiples factores, sino que hay que estar abiertos a que las soluciones tienen que considerar la red de actores.

4

Predominancia del EGO...

que aún limita el trabajo en colaboración, ya sea por la falta de humildad en reconocer que no se tienen todas las soluciones y/o que otros (competidores o diversos actores de la sociedad) pueden comprender mejor el problema y tener una solución más adecuada. La empresa no está acostumbrada a compartir espacios de acción, conocimiento o de resultados del éxito.

5

Desconectada COMUNICACIÓN...

Sobre todo entre las empresas de un mismo territorio y/o con una problemática común, sin potenciar esfuerzos para hacerse cargo de un riesgo que les afecta por igual. Es clave generar soluciones, además muchas veces de un alto costo de inversión, que no sobre impacten el entorno al ser abordadas de manera individual por cada empresa.

6

Urgencia de CONFIANZA...

Que es la que permitirá que las partes puedan sentarse a dialogar bajo una preocupación común, pero confiando en que el otro asumirá la responsabilidad que le toca, validando las capacidades que tienen para hacerlo (a veces mayores que las de la propia empresa), abriéndose a promover los cambios adecuados en base a los acuerdos generados.



LIPROEM atribuyen una responsabilidad y un

● ROL SIGNIFICATIVO A LOS GREMIOS EMPRESARIALES

Señalan que éstos, así como algunas empresas, están desvinculados de la necesidad colaborativa que se requiere para asumir el desafío que presenta para el mundo empresarial las Urgencias Climáticas.

Se observan ciertos esfuerzos en los últimos años, atribuibles a que las empresas a las que representan se han transformado ya sea por convicción, necesidad y/o presión del entorno. Pero el gran debe está en que las empresas no sienten que los gremios las articulen, fijen metas comunes, y a la vez las represente a la hora de posicionar en la opinión pública los avances y compromisos que algunas empresas sí han asumido para hacer frente a las Urgencias Climáticas generando impactos positivos en el medioambiente, sociedad y desarrollo económico de país.

REFLEXIÓN PRO humana

Los Gremios deben convertirse en el puente articulador entre lo que como grupo empresarial deben hacer ante las necesidades y exigencias del mercado, y lo que el contexto socio-ambiental está requiriendo para permitirles ser viables desde una perspectiva integral y de futuro.

**SI NO EXISTE CARECE DE
RELEVANCIA, IMPACTO
Y NECESIDAD**

● DESAFÍO: PROPÓSITO ALINEADO (de empresas y personas)

- Coherencia y Consistencia
- Colaboradores/as
- Transformación Cultural
- Personas Ciudadanas
- Consumidores/as

Otro de los componentes de la complejidad que representan las Urgencias Climáticas para el negocio, es el que las visiones, determinaciones y acciones que se generen estén alineadas con los Propósitos Organizacionales con y al de sus colaboradores/as.

● COHERENCIA Y CONSISTENCIA

Algunos propósitos corporativos comienzan a dar cuenta de la visión que se tiene de contribuir al desarrollo sustentable de las sociedades, pero no siempre es claro identificar cuál es el compromiso real que hay para hacerse cargo de los impactos que generan como empresa en el contexto de Urgencias Climáticas.

LIPROEM señalan que no siempre el propósito se materializa en acciones concretas o bien, lo que se realiza no es vinculado como una contribución directa y alineada con lo que han asumido como empresa.

REFLEXIÓN PRO humana

No contar con un propósito que alinee con coherencia y consistencia el ser y hacer de las empresas ante las Urgencias Climáticas es de alto riesgo. Las promesas incumplidas, o la sensación de que así es, merman aún más las confianzas necesarias para enfrentar este escenario de riesgo para los negocios.

● COLABORADORES/AS/MANDOS MEDIOS

También están vivenciando la tensión que genera este escenario en sus empresas, para sus equipos y en sus responsabilidades dentro de la empresa, por lo que es clave que los propósitos convoquen y definan responsabilidades. LIPROEM señalan que el éxito para enfrentar las Urgencias Climáticas se ve frenado en ocasiones desde los mandos medios, ya que no cuentan con la formación y claridad de que el trabajar para enfrentar los riesgos no es una opción, sino que una decisión estratégica que deben cumplir.

Para las empresas hoy es un desafío “No caer en un utilitarismo hacia el Propósito... su existencia no pueden ser sólo “atractivas declaraciones” si no que acciones concretas que lo hagan evidente y vivenciable por todos/as”⁶, ya que desde ahí colaboradores/as comprenderán la urgencia, y el compromiso real de su organización que motiva y moviliza a ser parte del desafío de transformar o adecuar el hacer actual del negocio ante las amenazas y desafíos de las Urgencias Climáticas.

REFLEXIÓN PRO humana

Los Propósitos deben conversar y conectar con el de los propios colaborado/as, ya que hoy es una realidad el que las personas requieren de un sentido, una razón de ser, para comprometerse con el hacer de la empresa, sino el desafío se hace inviable, de alto esfuerzo de apalancamiento, y bajo impacto.⁷

⁶ Estudio PROhumana “El Propósito del Ser Empresarial”, año 2023, disponible en <https://prohumana.cl/wp-content/uploads/2023/05/MR-Proposito-1.pdf>

⁷ Para profundizar sobre Propósito, se sugiere revisar el Estudio PROhumana “El Propósito del Ser Empresarial”, año 2023, disponible en <https://prohumana.cl/wp-content/uploads/2023/05/MR-Proposito-1.pdf>

**REFLEXIÓN
PRO
humana**

La lenta compleja —● **TRANSFORMACIÓN CULTURAL**

de las organizaciones es una de las principales limitantes que observan LIPROEM. No están facilitándose espacios de formación que permitan en todos los niveles de la empresa conocer qué son las Urgencias Climáticas, cuáles son sus variables, complejidades e impactos interconectados, y cómo afectan en el negocio.

También, se hace urgente pasar de modelos verticales de jefaturas y cumplimiento de tareas, a uno horizontal que permita que todos/as se sientan parte del desafío y lo ejecuten con propiedad.

Quienes lideran las empresas son los/las que están llamados -a través de la convicción y el ejemplo incuestionable- a promover, apoyar, patrocinar e impulsar la disrupción y la innovación para desde ahí colaboradores/as se comprometan y alineen. Y la vez, colaboradores/as deben asumir la responsabilidad, perder el miedo y dejar a atrás la conducta de statu quo a la espera de que “otro se enfrente o asuma los riesgos del cambio por mí”.

La Transformación Cultural no debe venir sólo de las empresas. Se requiere que las —● **PERSONAS CIUDADANAS**

asuman la responsabilidad de hacerlo parte de su propósito personal. Si la sustentabilidad y emergencia climática no es una preocupación y ocupación como sociedad, el camino al cambio es aún más difícil, perpetuando la acción en silos.

El Cambio Cultural es un desafío país. Chile es una sociedad que espera respuestas de otros ante los problemas que le afectan, y que en diferentes niveles todos/as generan.

¡Hay dejar de transferir la responsabilidad -por desidia o desconocimiento- de cómo el acto personal aporta positiva o negativamente a las Urgencias Climáticas!

LIPROEM señalan que hay generar una concientización a nivel país, donde la educación en pensamiento sistémico y la responsabilidad en cuidar el ecosistema para la sobrevivencia no es sólo un rol que la empresa puede/debe cumplir, sino que debiese ser una ocupación estratégica de la política pública desde la primera infancia.

Con —● **CONSUMIDORES/AS**

la empresa tiene un relevante rol que cumplir, impactando en ellos/as desde la educación y sensibilización con el producto/servicios que les ofrece. El hacerlo además, les permite que éstos valoren los esfuerzos premiando con reputación corporativa positiva y con elecciones de compra. O en el contrapunto, castiguen al considerar que las declaraciones son sólo un greenwashing.

Consumidores/as están cada vez más informados y exigentes. La nuevas generaciones (y también las no tan nuevas pero con convicción de la relevancia de las Urgencias Climáticas) hacen la “prueba de la blancura” del cumplimiento real que empresas han asumido.

LIPROEM lo valida como un rol que a veces presiona e incomoda, pero que éstos deben cumplir. Es una forma de presionar y evidenciar a la empresa que aún no está alineada que el no hacerlo es un riesgo de presencia en el mercado. Y también, de atracción y retención del talento -sobre todo del más joven altamente apetecido- que ya no está dispuesto a trabajar en organizaciones que no se comprometan radical y coherentemente con los desafíos que el planeta presenta a la humanidad.

● DESAFÍO: RED DE ACTORES

- Valor de la Articulación
- Inversionistas
- Grandes Clientes
- Estado
- Territorios con su Comunidad
- Sociedad Civil

En la generación de alianza entre las partes, es donde observan LIPROEM la mayor complejidad del problema y una alarmante falta de integralidad.

Aún no está instalado en las empresas -y también en otros actores de esta red compleja- el **● VALOR DE LA ARTICULACIÓN**

No entendida meramente como el acto de interactuar con otro actor del ecosistema, sino que realmente conocerlo, validarlo y generar trabajo efectivo y en conjunto, donde la confianza pasa a ser el gatillante principal del éxito de esta necesaria relación.

Vuelven a relevar que las Urgencias Climáticas son un desafío de todas las partes, por lo que la solución debe venir de la fuerza del conjunto, dejando atrás rencillas y egos individuales.

REFLEXIÓN PRO humana

Llegó la hora de la colaboración, característica esencial y movilizadora para los seres humanos, la cual debe estar ligada además a un sentido de pertenencia ante el desafío, que permita que cada parte se sienta validada, respetada y considerada como un actor relevante

LIPROEM destacan que ha habido ciertos avances en esta interacción y colaboración, pero aún queda bastante por recorrer, sanar heridas que fragmentan, y lograr un ambiente de confianza verdadero que se traduzca en articulaciones con impacto y permanencia.

● INVERSIONISTAS

y/o instituciones financieras pasan a tomar un rol fundamental en esta red de actores para las empresas. Son los que hoy comienzan a marcar pautas de exigencias que impulsan o exigen la transformación de procesos o del negocio completo bajo variables que no sólo consideren la sustentabilidad económica de la compañía (como lo era hace tan sólo una década atrás), si no que cómo se logra ésta desde la sustentabilidad ambiental y social que impacta en las sociedades

Se menciona durante las Mesas Redondas que los fondos de inversión están viviendo la tensión de velar por los recursos de sus clientes, pero también hacer eco de las presiones de ciertos grupos que cuidan los intereses del medioambiente, o bien de las propias compañías. Esto impacta en las decisiones que deben tomar, ya que se comprenden que hoy no es sólo económica o social o ambiental, sino que estas variables de riesgo se cruzan de forma constante.

Por lo general, los fondos más visionarios -por el desarrollo y evolución del contexto- están avanzando en rechazar proyectos que no consideran la sustentabilidad como eje, pero señalan que no todo es absoluto, también hay que medir las consecuencias. Dejar de invertir en una empresa puede impactar en el dinamismo de las economías de ciertas comunidades y personas. Debe haber un equilibrio, una transición gradual -pero no por eso lánguida- que apoye e impulse el cambio para que esas empresas cuenten con el financiamiento para llevar a cabo la transición del negocio, su gestión y cultura organizacional.

REFLEXIÓN
PRO
humana

Los ESG toman protagonismo e impulsan la transformación, pero preocupa la orientación sólo a cumplir con ellos desde metas concretas.

Hoy la tendencia es renovar y hacer negocios con responsabilidad, resiliencia y regeneración⁸

Gestionar los riesgos e impactos de las empresas en los ámbitos en social, económico y ambiental es ya un desde.

LIPROEM señalan que los **GRANDES CLIENTES**

se han convertido en un impulsor y transmisor de la transformación para hacer frente a las consecuencias de las Urgencias Climáticas. Las propias empresas en su rol de clientes de otras, le exigen a sus “empresas proveedoras” productos y/o servicios que cumplan con variables ambientales que les permitan a ellas cumplir con sus propias metas y compromisos. Y a la vez, de no requerir un servicio/producto de estas características o no contar con la convicción de la relevancia de tenerlas en sus procesos, la transformación de la empresa proveedora la educa, motiva y hace tomar consciencia de los beneficios y relevancia de hacerse parte de este desafío de participación sistémica.

Sin duda, la vinculación con el **ESTADO** es uno de los factores más complejos de subsanar.

REFLEXIÓN
PRO
humana

Históricamente la relación entre Empresas y Estado no ha sido colaborativa. No se comprenden y articulan, actuando desde lo que cada una estima es su misión y rol en la sociedad.

Hoy más que nunca el contexto social y ambiental, y el rol que en éstos tienen las empresas, exige que el Estado asuma un rol determinante en cómo se enfrenta la crisis de las Urgencias Climáticas.

LIPROEM reconocen que el Estado chileno ha impulsado con fuerza transiciones que son claves, y a la vez de punta a nivel internacional, a las que se alinean mayormente como empresas. El gran problema lo observan en que no hay un entendimiento técnico y de negocio de cómo se operativizan, trazando grandes lineamientos y metas a cumplir, pero alejadas de la realidad empresarial en cuanto a capacidades y recursos.

Señalan que hay ausencia de normativas que exijan por igual a las empresas, dejando a algunas presionadas a una transición inmediata que impacta en los resultados de viabilidad de las compañías y de competitividad en el mercado.

Por otra parte, LIPROEM observan como muchas veces la legislación llega cuando el problema ya existe, tensionando el apremio con que tienen que actuar, desenfocando estrategias y acciones ya definidas. Hay sanción, pero faltan de incentivos para promover que las empresas inviertan, ya que se las señala como las impulsoras de la economía, pero se les restringe o retrasa en la creación de proyectos por la gran burocracia del sistema.

⁸ John Elkington, Socio Fundador y Presidente Ejecutivo de Volans
<https://volans.com>

Y no menos importante, LIPROEM observan cómo el Estado no fomenta espacios para la innovación, con regulaciones (o falta de éstas) que no les permite asegurar que la inversión que harán luego podrá ser implementada. Hay falta de claridad sobre el espacio de acción para el mundo privado. **¡Hay una urgencia de conexión y diálogo real con el Estado y sus instituciones para alinear expectativas y trazar juntos estrategias a seguir!**

Se considera clave el trabajo articulado con municipios e instituciones locales, ya que son las que comprenden el problema al vivenciarlo directamente. Esta colaboración no sólo permite ser más eficientes y sistémicos con la solución, sino que el que cada parte se haga cargo de lo que le corresponde. Muchas veces las empresas han tenido que suplir el rol del Estado en comunidades donde éste está ausente, transfiriendo los recursos disponibles al desarrollo social y no a la generación de mejoradas formas de hacer negocios con menor impacto para el ecosistema.

● EL TERRITORIO CON SU COMUNIDAD

son el gran punto de conexión de toda esta red de actores, ya que es ahí donde convergen, se cruzan, pero poco se conectan. Para LIPROEM es clave generar un pacto con las Comunidades, desde el entendimiento de su realidad, necesidades y también miedos. Pero también hay reticencia por parte de las empresas, ya que las exigencias o peticiones muchas veces las tildan de descontextualizadas o faltas de mirada objetiva desde lo que la empresa ha aportado y/o debe asumir como parte de su responsabilidad.

REFLEXIÓN PRO humana

Empresas y Comunidad tienen su responsabilidad en hacer que ésta sea una real alianza de colaboración para el beneficio colectivo, en este caso de un territorio frente a las consecuencias de las Urgencias Climáticas.

Sin embargo, el que no ocurra radica en que aún existe desde la empresa una falta de comprensión y empatía con el fracturado vínculo entre empresas y comunidad; comprender que el propósito de la empresa, debe conversar también con el propósito con la comunidad; y aprender a deliberar para cimentar la confianza de la futura relación empresa- comunidad.⁹

LIPROEM señalan como perentoria la necesidad de restaurar las confianzas desde el trabajo colectivo, que tiene que estar caracterizado por la transferencia de conocimiento y poder de la empresa a miembros de una comunidad. La asimetría que por lo general existe en esta relación genera quiebres, permitiendo que entren actores que no contribuyen a la sana relación, es más, la entorpezcan. La empresa debe valorar el conocimiento y deseo de la comunidad, para que, desde una relación transparente y con honestidad de expectativas entre ambas partes, se logren enfrentar transiciones justas para las comunidades y de valor estratégico para las empresas.

⁹ Parte de las conclusiones del Estudio PROhumana "Sanar el fracturado vínculo de confianza entre Empresa y Comunidad", año 2022, disponible en <https://prohumana.cl/wp-content/uploads/2022/07/mesa-comunidades.pdf>

EL DIAGNÓSTICO DE LA SOCIEDAD CIVIL SOBRE EL ROL DE LAS EMPRESAS FRENTE A LAS URGENCIAS CLIMÁTICAS

Apartado especial se le da a la **SOCIEDAD CIVIL** organizada en esta Mesa Redonda, contando en una de las jornadas de diálogo con 8 líderes representantes de organizaciones dedicadas a las Urgencias Climáticas, sus impactos y soluciones desde diversas aristas.

La visión que tienen hacia el mundo privado sigue siendo crítica, determinando que tienen un largo camino por recorrer y a gran velocidad por lo apremiante del contexto. Si, Reconocen que no todas actúan desde el discurso y la reputación, sino observan más convicción, que se expresa en cómo y con qué enfrentan las Urgencias Climáticas.

Ante esta realidad, diagnostican el estado de situación, y dónde están aún los principales factores que entranpan el rol que, desde su perspectiva, las empresas debiesen asumir y tener.

A

DIVERSIDAD CONCEPTUAL

Existe por parte de algunas empresas una confusión entre compromisos climáticos e impactos climáticos, lo que es determinante a la hora de actuar. No siempre los primeros van a hacerse cargo de todas las externalidades que genera el hacer empresarial y que impactan en la pérdida de biodiversidad. Es clave comprender esta diferencia para decidan si el involucramiento será desde lo que se comprometen a hacer, o trabajando en los impactos sistémicos que su hacer presente y futuro realmente generan.

B

DÉBIL ENTENDIMIENTO DEL APREMIO DE LA URGENCIA CLIMÁTICA

Observan que la gran mayoría de las empresas están aún entendiendo lo que es la sustentabilidad y que a estas alturas ya consideran como higiénico. El concepto de Urgencias Climáticas es acotado o ausente. Están tarde en comprender que el problema que se está viviendo es una crisis de todo el ecosistema, y que más allá del rubro del negocio traerá riesgos y problemas para el funcionamiento de cualquier empresa y sociedad.

Hay un riesgo de sobrevivencia y pérdida de competitividad silenciosa para la empresa. Deben entender que es parte de su rol provisionar en invertir y cuidar los ecosistemas, ya que el colapso de éstos por lo extrema de la crisis, impactará en su rentabilidad y viabilidad de existencia.

C

ASIMETRÍA DE REALIDADES

No se puede hablar de “la empresa”, son muchas y de realidades bastante desiguales. Parte de la gran empresa se ha hecho cargo de las Urgencias Climáticas por convicción, viabilidad del negocio y/o por regulaciones que se lo exigen. Realidad alejada de la mediana y pequeña empresa que por lo general no cuentan con la capacidad técnica, humana y de infraestructura para asumir compromisos que aporten a este desafío sistémico

Líderes de la sociedad civil señalan que la gran mayoría de las medidas que se plantean están orientadas para la realidad de la gran empresa y no para la pequeña, siendo además las primeras las que innegablemente generan el mayor impacto, por lo que deben asumir ese costo y responsabilidades. Esta asimetría también se encuentra en las formas en que las empresas buscan respuestas y acercamientos con la realidad de las comunidades, utilizando espacios que no generan confianza en la misma posición de poder. Es clave contar con contrapartes de las empresas que conecten desde un vínculo cercano con las comunidades, para desde ahí obtener respuestas honestas y que generen acciones que realmente se alineen con las expectativas y realidades que se vivencian.

D

TEMOR EN LIDERAZGOS EMPRESARIALES

Líderes que toman las decisiones estratégicas en empresas son quienes frenan en muchos casos el involucramiento en las Urgencias Climáticas, ya sea por temor al terreno desconocido al que se enfrenta (por falta de conocimiento y formación en lo que son e impactan las crisis), pero por, sobre todo, por ser juzgados y sancionados reputacional, social o económicamente, si es que algo no resulta como las partes esperan.

En este punto líderes de las organizaciones también son críticos/as con ellas mismas, considerando que han cumplido un rol a veces extremo de “caza de bruja” que merma espacios de acción conjunta porque han sobre juzgado el hacer empresarial. Hacen un llamado a no plantearse desde trincheras, comprender que en cada realidad hay espacios grises, y desde ahí construir la colaboración.

Tienen un rol estratégico de asesorar y concientizar a líderes empresariales sobre la relevancia, riesgos, impactos y también oportunidades de negocio que pueden traer el hacerse cargo de las Urgencias Climáticas, y eso se logra desde la construcción de confianzas empáticas.

E

COMPETITIVIDAD ARRAIGADA

Aún las empresas actúan bajo el paradigma de la competitividad. Las acciones que potencian carecen de colectividad, intentando ser los únicos protagonistas de la solución. No se valora el ser parte de un engranaje que debe darle visibilidad y espacio a todos los actores, incluso a otras empresas con un problema común. Si el retorno reputacional y económico no recae en la empresa de manera individual, no observan que éstas estén dispuestas a invertir de verdad.

F

BLOQUEADORES DEL AVANCE

Éstos se encuentran en los propios ministerios u organizaciones de Estado que frenan o bien les dan prioridad dependiendo de intereses políticos o hasta personales. Para esto observan como una solución contar con data clara, contundente e irrefutable para no dejar espacio a las decisiones por conveniencia o ambigüedades. El desafío está en cómo presentarlos, impactar con ellos, y definir los beneficios sistémicos, para que desde esa discusión se consensue una solución real.

Señalan a los mandos medios de las empresas como entorpecedores de procesos y soluciones, coincidiendo con LIPROEM en que en muchos casos no cuentan con la visión o formación al nivel que se requiere.

Tampoco, desde sus empresas se les ha entregado el espacio de acción validado que permita ser un puente de conexión para la acción entre quienes toman las decisiones de las empresas, y las necesidades del entorno y de la red de actores.

Esto les es clave, ya que señalan que reiteradas veces son parte de conversaciones estériles, de contenido interesante pero que no resultan en nada concreto. Eso es algo que decepciona y desalienta frente al trabajo y esfuerzo por instalar la urgencia de la temática. El corto plazo del mundo público y privado, a veces populista u oportunista, merma el compromiso de las organizaciones y las empresas a trabajar en alianza por la falta de impacto que ven que tienen los espacios convocados.



LA ESTRATEGIA HA FALLADO

Líderes señalan que la estrategia implementada como país ha fallado, así como también a nivel global. Los cambios o direccionamientos a los que el Estado Central estaba llamado a liderar no han resultado en una transformación de impacto, y a estas alturas de la crisis dudan si lo lograrán. Se hace entonces clave comenzar a trabajar en la micro escala, con municipios y gobiernos regionales, la academia, la sociedad civil, y la empresa de todos los tamaños que están presente en los territorios.

! Ven que el mundo privado, por su dinamismo y capacidad de acción, tiene un rol fundamental en esto, por lo que el reto para la sociedad civil para con las empresas está en generar convicción y valor, porque el desafío de las Urgencias Climáticas hay que financiarlo, y los recursos -por visión, capacidad o voluntad- no están viniendo con fuerza desde los gobiernos.

REFLEXIÓN
PRO
humana

Hay que ser pragmáticos y realistas, promoviendo la colaboración entre la sociedad civil y las empresas.

EL DESAFÍO DE LAS URGENCIAS CLIMÁTICAS ES INMENSO Y EL TIEMPO PARA CUMPLIRLO YA SE ACABÓ

● DESAFÍO: LA COMUNICACIÓN

- Diálogos Reales
- Transparencia
- Comunicación Resolutiva

Como en todo proceso sistémico, la comunicación es una variable relevante a considerar, ya que es la forma en que los actores de un sistema se alinean bajo la comprensión clara de lo que una parte busca y lo que la otra espera. Sin embargo, LIPROEM señalan que es en este punto donde no han logrado ser exitosas, ya que lo que se ha dado históricamente es tan sólo una cierta conversación con las partes, en vez de hacerlas parte protagonista del desafío que enfrenta la empresa por las consecuencias de las Urgencias Climáticas.

¿Cómo la empresa logra espacios de articulación efectivos, que apunten a abordar la complejidad de factores que determinan la crisis de las Urgencias Climáticas? con ● **DIÁLOGOS REALES**

REFLEXIÓN PRO humana

El estallido social en Chile a fines del año 2019 evidenció que las partes de la sociedad no estaban escuchándose, y por consecuencia, conectándose, y una de las principales afectadas (y responsabilizadas por esto) fueron las empresas.

No hay espacio para permitirse como sociedad un desacuerdo social de esas magnitudes, y sin duda, las consecuencias de las Urgencias Climáticas cuentan con todas las características para transformarse en otro estallido, si no se hace una Transición Justa.

LIPROEM ven una necesidad en invertir en metodologías de diálogo y no dejar que la conversación fluya en base a lo que en el momento resulte. Si se quiere contar con resultados de impacto, hay que permitir e impulsar diálogos que den espacio a la honestidad de las reflexiones, a la escucha empática y libre de sesgos por las contrapartes. Es clave asumir que las consecuencias de esa escucha pueden significar pérdidas para la empresa (de poder, de espacio y económicos por los compromisos que se acuerden implementar), y esa es una situación de vulnerabilidad que líderes participantes no observan que estén dispuestas sus empresas aún a tener.

REFLEXIÓN PRO humana

La comunicación y diálogo entre partes no se da sólo en la transferencia de palabras. También lo hay cuando las empresas salen al territorio, a la calle, a interactuar con el entorno. Eso da perspectiva de la magnitud de los problemas, necesidades y expectativas de las partes.

Observan que la ● **TRANSPARENCIA** es una variable determinante a la hora de comunicar los impactos de la empresa, cuáles son las reales estrategias y compromisos para enfrentarlos, sin generar falsas expectativas ni intentar reditar en base a declaraciones. LIPROEM señalan como parte de su rol en las empresas encaminar esta transparente forma de comunicarse con el ecosistema, la que creen se traducirá en mayor confianza e interés genuino de colaboración entre las partes.

Las empresas están al debe en buscar y propiciar espacios de ● **COMUNICACIÓN RESOLUTIVA** para conectar con el ecosistema. Es clave el asesorarse por expertos, no sólo de disciplinas que tradicionalmente se han hecho cargo de ello, sino que deben exponerse a contrapartes improbables que conocen y tienen validación en espacios que ellas no. Esto abre la posibilidad de comprender relatos y formas de comunicar de otros actores, que adecuen el de las empresas, para desde ahí transferir un mensaje de forma efectiva, sin traducciones e interpretaciones.

VI. PARTICIPANTES DEL DIÁLOGO Y LA REFLEXIÓN

Los cargos señalados son aquellos mencionados al momento de participar

**ALLAIN
GALLARDO**

BBOSCH
GERENTE DE
SOSTENIBILIDAD Y
ASUNTOS CORPORATIVOS



**ANA LUISA
VERGARA**

COLBÚN
SUBGERENTA DE
SOSTENIBILIDAD Y
ASUNTOS CORPORATIVOS



**ANDREA
ARIAS**

LABORATORIO BAGÓ
SUBGERENTE DE
ASEGURAMIENTO
DE CALIDAD



**ANDRÉS
IRRÁZABAL**

EMPRESAS YARUR
DIRECTOR



**AXEL
CHRISTENSEN**

**CONSEJERO PROhumana /
BLACKROCK**
DIRECTOR DE ESTRATEGIA
DE INVERSIONES PARA
AMERICA LATINA



**BERNARDITA
CORREA**

IKEA
SUSTAINABILITY
LEADER



**CARLOS
GAJARDO**

SONAMI
GERENTE DE
MEDIO AMBIENTE



**CARLOS
ORELLA**

COOPEUCH
GERENTE PLANIFICACIÓN
ESTRATÉGICA Y
EXPERIENCIA



VI. PARTICIPANTES DEL DIÁLOGO Y LA REFLEXIÓN

Los cargos señalados son aquellos mencionados al momento de participar

**CARMEN
CARIQUEO**

FALABELLA
GERENTE DE CONTROL
Y MEDIOAMBIENTE



**CONSTANZA
ARAYA**

FIMA
INVESTIGADORA



**DANIELLA
HARTLEY**

PATAGONIA
COUNTRY
MANAGER



**DAVID
NOE**

INDEPENDIENTE
EXPERTO EN
SUSTENTABILIDAD



**DIEGO
HOLLWECK**

**GENERADORA
METROPOLITANA**
GERENTE GENERAL



**DIEGO
MÁRQUEZ**

ALIMENTOS ÑUBLE
SUBGERENTE
DE SOSTENIBILIDAD



**EDUARDO
KATZ**

CEP
INVESTIGADOR



**ERWIN
GERLACH**

BCI
SUBGERENTE
RIESGO
SOSTENIBILIDAD



VI. PARTICIPANTES DEL DIÁLOGO Y LA REFLEXIÓN

Los cargos señalados son aquellos mencionados al momento de participar

**FELIPE
MANRIQUEZ**

GNL QUINTERO
SUB GERENTE DE
ASUNTOS CORPORATIVOS



**FIGRELLA
MUNTOYA**

CASA IDEAS
GERENTE DE
SOSTENIBILIDAD Y
ASUNTOS CORPORATIVOS



**GONZALO
ROJAS**

**CONSEJERO
PROhumana / BETHIA**
DIRECTOR DE
EMPRESAS



**GUACOLDA
VARGAS**

**PUERTO
TALCAHUANO**
GERENTE DE DESARROLLO
Y SOSTENIBILIDAD



**GUSTAVO
SCHETTINI**

**GNL MEJILLONES
/ ENGIE**
GERENTE GENERAL



**HERNÁN
ORELLANA**

**CONSEJERO PROhumana /
DIRECTOR BCI**
DIRECTOR DE EMPRESAS



**HERNÁN
VALENZUELA**

**ENEL
GENERACIÓN**
GERENTE DE
REGULACIÓN



**JAIME
HENRÍQUEZ**

FCAB
GERENTE DE
SUSTENTABILIDAD Y
DESARROLLO TERRITORIAL



VI. PARTICIPANTES DEL DIÁLOGO Y LA REFLEXIÓN

Los cargos señalados son aquellos mencionados al momento de participar

**JAVIER
IRARRÁZVAL**

CPC
DIRECTOR DE
POLÍTICAS PÚBLICAS



**JAIME
RIESCO**

SONAMI
PRESIDENTE



**JOSÉ MIGUEL
BERGUÑO**

SQM
VP SENIOR SERVICIOS
CORPORATIVOS



**JUAN PABLO
SCHAEFER**

ANGLO AMERICAN
VP ASUNTOS CORPORATIVOS,
PERMISOS Y MEDIOAMBIENTE



**KATIA
BERDICHEWSKY**

SCOTIABANK
DIRECTORA ASUNTOS
CORPORATIVOS



**LIESBETH
VAN DER MEER**

OCEANA
DIRECTORA
EJECUTIVA



**LUIS
VARGAS**

**ESPACIO
PÚBLICO**
DIRECTOR
EJECUTIVO



**MACARENA
DONOSO**

EMPRESAS GASCO
JEFA DE
DESARROLLO
SOSTENIBLE



VI. PARTICIPANTES DEL DIÁLOGO Y LA REFLEXIÓN

Los cargos señalados son aquellos mencionados al momento de participar

M^ª FERNANDA AGUIRRE

CHILE GREEN
BUILDING COUNCIL
DIRECTORA
EJECUTIVA



MARIANNE HARAMOTO

EMPRESAS COPEC
SUBGERENTA DE
SOSTENIBILIDAD Y
ASUNTOS CORPORATIVOS



MARIETTA MONTENEGRO

ESSBIO
DIRECTORA DE
SOSTENIBILIDAD



MARTÍN DEL RIO

LADERA SUR
CEO



MARTÍN KEMPF

CHILQUINTA ENERGÍA
JEFE SUSTENTABILIDAD
OPERACIONAL



MILTON ROSALES

TECK
DIRECTOR DE
MEDIOAMBIENTE
Y HSEC ACTING



NATALIA PARDO

HENKEL
CORPORATE
COMMUNICATIONS MANA-
GER CHILE & ARGENTINA



NICOLÁS JOBET

ARAUCO
GERENTE DE
COMUNICACIONES



VI. PARTICIPANTES DEL DIÁLOGO Y LA REFLEXIÓN

Los cargos señalados son aquellos mencionados al momento de participar

**NICOLÁS
RODRÍGUEZ**

ENEX
SUBGERENTE DE
SALUD, SEGURIDAD
Y MEDIOAMBIENTE



**NICOLÁS
SCHNEIDER**

**UN ALTO EN
EL DESIERTO**
FUNDADOR /
DIRECTOR



**ÓSCAR
LEY**

MOLYMET
OPERATIONAL EXCELLENCE
CORPORATE MANAGER



**PABLO
ORTIZ**

VGC
ABOGADO



**PABLO
URBINA**

SODIMAC
SUBGERENTE DE
SOSTENIBILIDAD



**PAOLA
BASAURE**

TRANSELEC
VP ASUNTOS
CORPORATIVOS
Y SOSTENIBILIDAD



**PAOLA
NIMO**

NATURA
GERENTE DE
SUSTENTABILIDAD



**PATRICIO
PINTO**

**ANTOFAGASTA
MINERALS**
GERENTE
ASUNTOS PÚBLICOS



VI. PARTICIPANTES DEL DIÁLOGO Y LA REFLEXIÓN

Los cargos señalados son aquellos mencionados al momento de participar

**PAULINA
RIQUELME**

EELAW
SOCIA
ABOGADA



**RICARDO
BOSSHARD**

WWF
DIRECTOR
EJECUTIVO



**ROBERTO
BELLONNI**

EMPRESAS YARUR
DIRECTOR
DE FILIALES



**ROBERTO
BRAVO**

KARÜN
DIRECTOR



**ROSA
SOTO**

ACCIONA
GERENTE DE
SOSTENIBILIDAD



**SANTIAGO
VICUÑA**

STATKRAFT
GERENTE DE GESTIÓN SOCIAL
Y ASUNTOS CORPORATIVOS



**SEBASTIÁN
TRAMÓN**

EMILIANA
HEAD OF
SUSTAINABILITY



**SOLEDAD
BAUER**

ENAEX
GERENTE DESARROLLO
ORGANIZACIONAL Y
SOSTENIBILIDAD



VI. PARTICIPANTES DEL DIÁLOGO Y LA REFLEXIÓN

Los cargos señalados son aquellos mencionados al momento de participar

**TERESA
MATAMALA**

ULTRAMAR
GERENTE DE
EXCELENCIA
OPERACIONAL



**VALENTÍN
BARRERA**

SQM
SUBGERENTE DE
SOSTENIBILIDAD



**VICTOR
MÖLLER**

HORTIFRUT
DIRECTOR



**XIMENA
BEDOYA**

PARQUE ARAUCO
HEAD OF
SUSTAINABILITY



VII. AGRADECIMIENTOS EMPRESAS VISIONARIAS

GRACIAS POR HACERLO POSIBLE

Agradecemos el apoyo de las Empresas Visionarias y Aliada Estratégica que permitieron que **PROhumana** cumpla con su propósito de promover mayores niveles de conciencia que faciliten cambios culturales y de hábitos, a través de la consolidación de **aprendizajes regenerativos, significativos y colaborativos**; que entrelacen visiones sistémicas, creativas y trascendentes en seres humanos exponenciales y regenerativos.

Empresas y organizaciones comprometidas con la generación de conversaciones con sentido, profundidad e impacto.



EMPRESAS
VISIONARIAS

ALIADA
ESTRATÉGICA

arauco bbosch coopeuch

enel

FCAB

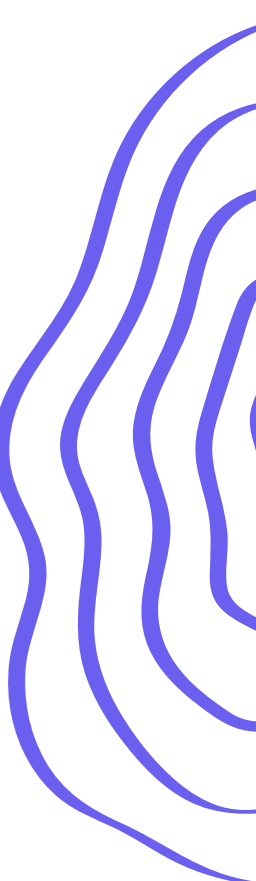
SQM

VERGARA GALINDO CORREA
ABOGADOS

VGC®

CPC
CONFEDERACION
DE LA PRODUCCION
Y DEL COMERCIO

Fundación
PROhumana®
#MESASREDONDAS
#URGENCIASCLIMÁTICAS



VIII. APOYOS HISTÓRICOS

Entre el año **2000 y 2023** PROhumana ha realizado su proyecto Mesas Redondas con gran impacto y aporte, donde se ha buscado comprender colectivamente lo que no hemos advertido, lo que hemos logrado y lo que nos falta avanzar en **Grandes Dilemas** como sociedad.



144
Apoyos
históricos

23
Mesas
Redondas

1060
Líderes de diversas
empresas y
organizaciones

230
Horas de
diálogo y
reflexión



Fundación
PROhumana®

WWW.PROHUMANA.CL

MESAS REDONDAS PROhumana

URGENCIAS CLIMÁTICAS EN LAS EMPRESAS

COMPRENSIÓN, LÍMITES Y RIESGOS

**RENOVAR LOS NEGOCIOS EN TIEMPOS
COMPLEJOS Y DESARTICULADOS**



Equipo responsable del estudio: Soledad Teixidó, Fundadora PROhumana; Florencia Burgos, Directora Ejecutiva PROhumana; Análisis Estadístico: Matias Billwiller; Diseño: Colomba Costa, Diseñadora PROhumana