

SUSTENTABILIDAD Y ACCIÓN COLECTIVA

FÓRMULA DE LOS NEGOCIOS DEL FUTURO



RICK RIDGEWAY

Paul Polman, Rick Ridgeway y Charly Alberti compartieron modelos de negocios sustentables



PAUL POLMAN



CHARLY ALBERTI

Destacados referentes del sector brindaron su visión sobre la sustentabilidad en el mundo y los nuevos modelos de negocio en la conferencia “Negocios Sustentables”, un espacio de inspiración y reflexión sobre cómo integrar la sustentabilidad a las empresas. Paul Polman, CEO Global de Unilever; Rick Ridgeway, VP de Iniciativas Medioambientales de Patagonia; y Charly Alberti, Fundador de R21, Latinoamérica Sustentable, alentaron a los más de 400 asistentes entre los que se encontraban representantes de ONG’s, empresas, autoridades y estudiantes universitarios a sumarse y ser parte del cambio a través de la acción colectiva.

La población mundial continúa creciendo a un ritmo acelerado y el cambio climático ha generado pérdidas millonarias a las compañías. Por lo tanto, es de vital importancia realizar un cambio a fondo, y la acción colectiva es parte de la solución. Charly Alberti sostuvo que “Latinoamérica nos necesita, la toma de conciencia por el cuidado del medio ambiente ya está instalada y toda la sociedad tiene que involucrarse más cada día. La solución está en cada uno de nosotros”. Además, agregó que “el sis-

tema económico quedó obsoleto. Es necesario que redefinamos nuestro pensamiento para lograr que el sistema sea útil para la sociedad y el planeta, y la fórmula es el desarrollo sustentable. Debemos revalorar nuestro entorno y recursos”.

En línea con la problemática mencionada, en 2015 la ONU lanzó los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, orientados a alcanzar tres grandes metas para el 2030: erradicar la pobreza, luchar contra la desigualdad y solucionar el cambio climático. Una de las claves de estos nuevos objetivos es el rol fundamental de todos los actores, incluyendo al sector privado.

“Al promover e impulsar la vida sustentable, las empresas pueden desempeñar



un papel de liderazgo y serán recompensadas por los consumidores que también buscan en las empresas responsabilidad y un propósito, así como productos de alta calidad a un precio justo. No hay una contraposición entre el negocio y la sustentabilidad, esta relación está creando un valor real para Unilever” afirmó Paul Polman, CEO Global de Unilever.

Como un ejemplo vivencial, Rick Ridgeway, VP de Iniciativas Medioambientales de Patagonia, explicó que su marca es una herramienta de protección ambiental. “Creemos que no se puede tener un negocio saludable, sin un planeta sano. Las empresas deben reconocer esta relación y deben entender que es posible lograr un negocio exitoso trabajando con un enfoque sustentable”. Asimismo, aseguró que reducir la huella ambiental permite ahorrar dinero y generar valor de negocio.

Para cerrar el evento, la conclusión de los oradores fue contundente. La intensificación de los esfuerzos conjuntos de las compañías, con los gobiernos, las organizaciones del tercer sector y sociedad civil lograrán un cambio transformacional de la escala y magnitud necesarias. ●