

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título
-------	--------	------	------	--------

14/04/2015 DIARIO FINANCIERO (SANTIAGO-CHILE) 14 4 LOS NUEVOS DESAFÍOS DE LAS EMPRESAS



Alex Ramos

DOCENTE DEL MAGISTER EN
SUSTENTABILIDAD DE LA UDD Y
DIRECTOR DE SUSTENTABILIDAD Y
COMUNIDADES DE GRUPO ETCHEBERRY

Los nuevos desafíos de las empresas

OPINIÓN

■ Al analizar la actual coyuntura, particularmente, en torno a los casos Caval, SQM y Penta, es posible concluir que atravesamos por un período político-empresarial delicado, que pone acento en aspectos valóricos como la confianza, transparencia y coherencia en el actuar de las instituciones. Afortunadamente, al hacer un doble click sobre las conclusiones evidentes y recoger las reacciones del entorno, surgen demandas y oportunidades que debemos asumir y hacernos cargo con el objeto de construir un marco valórico más robusto y transversal.

Estos casos son una invitación a evaluar cambios, no tan sólo regulatorios o de fiscalización, sino más bien, hacia el interior de las organizaciones, de manera que la autorregulación sea el mecanismo mediante el cual las empresas den cumplimiento sostenido a los aspectos normativos y

valóricos que se espera cumplan en forma continua.

En tal sentido, dada la necesidad de poner especial acento en algunos aspectos fundamentales de los modelos de gestión y avanzar hacia la práctica de principios

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título
-------	--------	------	------	--------

14/04/2015 DIARIO FINANCIERO (SANTIAGO-CHILE) 14 5 LOS NUEVOS DESAFÍOS DE LAS EMPRESAS

y metodologías más coherentes con el accionar que se espera de las instituciones, el modelo que propone Empresas Conscientes cobra especial relevancia a la hora de revisar la forma de cómo gestionar. Las empresas no son sólo una unidad de negocio que paga impuestos y genera empleo. Además, tienen un rol mucho más profundo en la economía y, por tanto, en la sociedad. Por esa razón, modelos como el de Empresas Conscientes, invita a reflexionar y replantear el sentido superior para el cual las instituciones son fundadas, donde el liderazgo impulsa los cambios culturales que permitirán comprender mejor el contexto competitivo, integrarse de mejor forma con los stakeholders y desde esta nueva perspectiva, con un estricto sentido del pragmatismo, seguir siendo un buen negocio con desempeños sustentables. Esta transformación es clave para la sosten-

tabilidad, ya que la apropiada comprensión de los desafíos y la adecuada instalación de estos principios, resulta clave para construir relaciones más cercanas, transparentes y coherentes, donde la identidad corporativa debe ser tarea de todos. La implementación de cambios internos cuyos efectos trasciendan hacia el exterior de las organizaciones, no tan sólo contribuirán con su posición competitiva, sino que les permitirá ganarse el respeto de sus pares y de sus stakeholders, porque su modelo de negocio es consciente con los desafíos del presente y futuro.

