

► Daniela Bertoglia, coordinadora de Asuntos Corporativos de Natura Cosméticos Chile:

“La educación es clave para generar cambios en la práctica de la RSE”

“Procuramos realizar negocios basados en un modelo de gestión que reconoce impactos ambientales y sociales, y que promueva el crecimiento económico y la perpetuación de la empresa”.

—¿Cómo entiende su empresa la RSE?

—Más que RSE, en Natura tenemos un compromiso concreto con la sustentabilidad. Procuramos realizar negocios basados en un modelo de gestión que reconoce impactos ambientales y sociales, y que promueva el crecimiento económico y la perpetuación de la empresa.

—¿Qué desafíos han debido enfrentar para poner en práctica la RSE?

—Entendemos que es un trabajo permanente en el que aún tenemos mucho por aprender de lo que otros hacen exitosamente. Creemos que la educación es clave para



generar esos cambios y, sin duda, hay mucho que hacer en la materia.

—¿Qué logros han alcanzado?

—La presentación de la línea Ekos, en el año 2000, ha resultado un modelo pionero de hacer negocios de manera sustentable. Se trata de una exclusiva línea de jabones, con activos extraídos en comunidades amazónicas, que hoy beneficia a más de 2.000 familias en 27 comunidades.

La línea de productos no cosméticos llamada Creer Para Ver orienta todas sus ganancias a mejorar la calidad de la

educación y la reconstrucción de escuelas afectadas por el terremoto.

El programa “Consultora Natura Emprendedora Social” promueve emprendedores sociales al interior de Natura, reconociendo y apoyando el desarrollo de proyectos innovadores que beneficien comunidades locales. Aquí figuran iniciativas en torno a la inclusión educacional de niños con capacidades diferentes, reinserción social de presos, superación de la agorafobia, esquizofrenia, equinoterapia y trabajo con niños en riesgo social, entre otras.

Desde hace 3 años tenemos el programa “Carbono Neutro”, modelo que incluye toda la cadena de negocios, desde la extracción de materias primas hasta la disposición final de envases. Asumimos el compromiso de ser una empresa carbono neutral y ofrecer a nuestros clientes productos con emisiones de gases de efecto invernadero totalmente neutralizadas.

—¿Qué metodologías aplican?

—Natura tiene procesos y sistemas que incorporan principios de sustentabilidad en el planeamiento estratégico y en el día a día del negocio. Nuestro Balanced Scorecard destaca dimensiones de sustentabilidad y el mapa estratégico contempla metas econó-

mico-financieras y socioambientales.

Fuimos la primera empresa que ingresó al ranking de Global Reporters y pioneros en América Latina en adoptar las directrices propuestas por la Global Reporting Initiative (GRI). Por tercer año consecutivo, nuestros datos socioambientales son validados por Det Norske Veritas.

En 2005, como reconocimiento al compromiso con el desarrollo sustentable, nuestras acciones fueron incluidas en el Índice de Sustentabilidad Empresarial (ISE) de la Bolsa de Valores de Sao Paulo. Desde 2001, para validar el impacto ambiental de los embalajes de productos Natura, usamos la Evaluación del Ciclo de Vida (ECV). Y en 2008 elaboramos el programa de “Certificación de Materias Primas Vegetales”, cuyo objetivo es promover el cultivo y manejo sustentable por medio de certificaciones de las plantaciones y forestas nativas con las que elaboramos algunos de nuestros productos.

—¿Cómo lleva la RSE a su vida personal?

—Separamos residuos reciclando todo lo que se pueda reutilizar, usamos ampollas de bajo consumo y bolsas reutilizables para ir al supermercado, entre otras medidas.

Pedro Sabatini, gerente de Desarrollo Sustentable de Metro de Santiago:

“Nuestro gran desafío apunta a promover cambios conductuales en las personas”

“En la medida en que la red de Metro se extiende, aumenta su aporte en descontaminación y descongestión de la ciudad, y en viajes más predictibles y en menor tiempo”.

—¿Cómo entiende su empresa la RSE?

—Entendemos la RSE como los compromisos que Metro tiene con sus públicos de interés relacionados con clientes, trabajadores, proveedores y la sociedad, en el contexto de un desarrollo sustentable. Y estos compromisos están, a su vez, guiados por los valores de nuestra compañía asociados con la preocupación por sus clientes, seguridad, colaboración, eficiencia y transparencia.

—¿Qué desafíos han debido enfrentar para poner en práctica la RSE?

—Los principales se asocian con la



necesidad de comprometer a todas las personas relacionadas con una compañía de gran tamaño; la medición objetiva del impacto y el seguimiento de los programas que implementamos. Además, hay que considerar la exigencia de buscar financiamiento para programas en una empresa pública que se autofinancia. Nuestro gran desafío, sin embargo, apunta a promover cambios conductuales en las personas, sobre todo respecto de cómo enfrentan aspectos de seguridad y su relación con el

medio ambiente.

—¿Qué logros han alcanzado?

—En la medida en que la red de Metro se extiende, aumenta su aporte en descontaminación y descongestión de la ciudad, y en viajes más predictibles y en menor tiempo. Entregamos seguridad, información, entretenimiento, cultura y otros servicios que dan valor agregado al viaje. Para esto disponemos, entre otras instalaciones, de 32 obras de arte permanentes, 9 Bicimetros o guarderías de bicicletas, 15 Bibliometros, además de contenedores para el reciclaje de celulares en todas las estaciones.

—¿Qué metodologías aplican?

—En 2010, Metro S.A. divulgó su primer Reporte de Sustentabilidad y optó desde un comienzo a la categoría A, según las directrices establecidas por la Iniciativa Global de Reportes (Global Reporting Initiative). Asumió la versión 3.0 de su Guía para la Elaboración de Memorias de Sustentabilidad, declarando la mayor cantidad de indicadores relevantes para la empresa y sus grupos de interés.

El primer reporte nos permitió identi-

ficar una línea base de toda la información relevante relacionada con RSE, y que optamos por establecer como herramienta de desempeño y consiguiente impacto de la política de RSE. Así, reportamos al Pacto Global, iniciativa de la que Metro forma parte y por medio de la cual las empresas adheridas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios relacionados con los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y la anticorrupción.

—¿Cómo lleva la RSE a su vida personal?

—He efectuado cambios significativos en mi vida personal respecto de la actividad física, alimentación y actitud frente a los riesgos. Soy más cuidadoso con el medio ambiente, reciclando la basura de mi casa, eliminando el uso de bolsas plásticas y compensando las emisiones de mi auto. Para conocer conductas que tenían mayor huella de carbono, me sirvió mucho una autoevaluación realizada en una de mis primeras actividades con Acción RSE.