

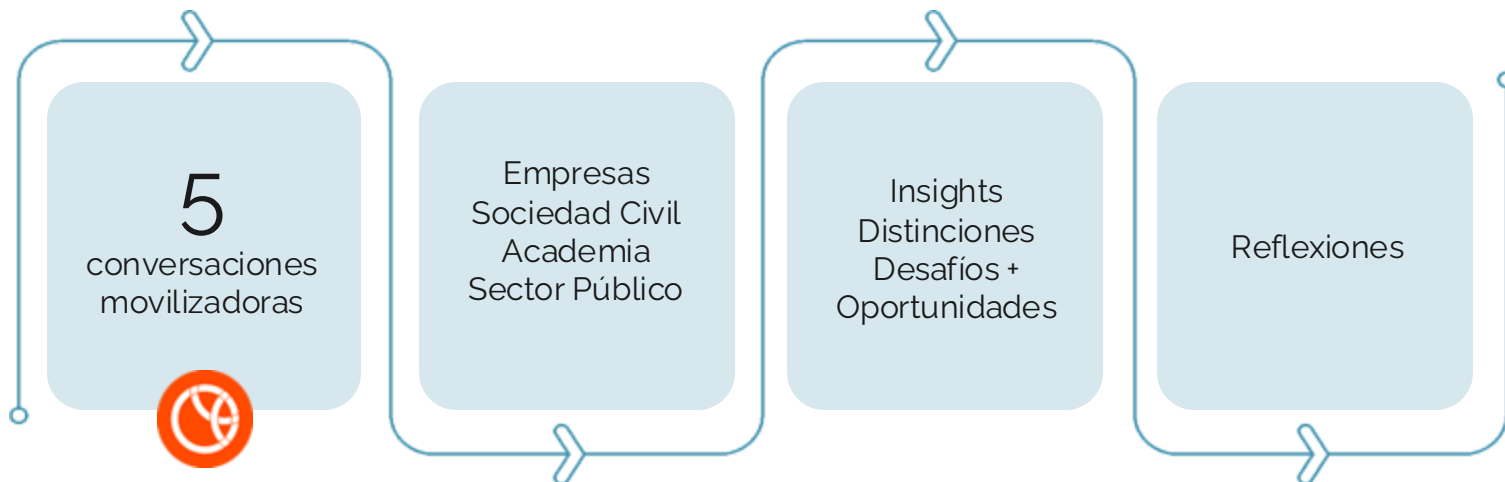
CREAR UN PISO COMÚN:


Desafíos y Oportunidades

Verónica Aguayo
Estudio Lado Humano



Qué hicimos: Conversaciones en torno a cómo colaborar desde el sector privado para combatir la desigualdad en Chile a partir de la Guía BCTI





¿Está la
desigualdad
en la agenda
estratégica
de las
empresas?

ESTUDIO
LADO
HUMANO



Sí y No

1.


Está presente en algunas empresas grandes y/o comprometidas con el desarrollo sostenible:

- Desde el propósito.
- A través de acciones de impacto social.

2.


No está presente como concepto “DESIGUALDAD”:

- Hay desconocimiento en la toma de decisiones: confusión entre pobreza y desigualdad.
- Hay una tensión implícita con el concepto: polarización histórica.
- Hay incomodidad en mirar la desigualdad, nos acostumbramos a no verla.

A photograph of a park with a paved path, lush green trees, and a black lamp post. A dark semi-transparent box is overlaid on the center of the image, containing two lines of white text. Large white quotation marks are positioned at the bottom right of the text box.

“La estrategia completa está basada en nuestro propósito que se redefinió post estallido: acercar a las personas a vivir una mejor ciudad” (Empresa)

“Ahora lo estamos viendo de manera más estratégica y estamos con temas ya claros de acceso universal al agua.” (Empresa)

- 
- A photograph of a park path lined with trees and a black lamp post. The path is paved and leads into the distance. The trees are lush green, and the sky is bright. A black semi-transparent box is overlaid on the center of the image, containing text and a quote symbol.
- *“Tenemos un estrabismo social y nuestro cerebro empieza a bloquearlo, y hay un estrabismo institucional que hace que no veamos, por ejemplo, por qué no hay luz en Maipú.*
 - *Una forma de solucionar el estrabismo es tapar el ojo bueno para generar el músculo. (Sociedad civil)*


””

¿Por qué las
empresas
debieran
promover la
igualdad?

ESTUDIO
LADO
HUMANO

BELLAS ARTES





Se distinguen 3 drivers para incorporar el combate a la desigualdad en la estrategia:

- a. **Tomar conciencia del riesgo sistémico/Driver preventivo:** alta desigualdad, baja cohesión, alto riesgo para estabilidad económica y política.

- b. **Creación de valor nuevo y sostenible/Driver de desarrollo :** oportunidad de liderar, creando valor para todos, lleva a más innovación, desarrollo, prosperidad. La empresa gana si todos ganan.

- c. **No es posible concebir el crecimiento y que muchos se queden atrás/Driver ético:** si impulsamos el desarrollo económico también es nuestra obligación moral impulsar el desarrollo social.

El consenso:

**Se requiere mayor
crecimiento acompañado
de mayor bienestar social.**

Alta desigualdad = baja cohesión social =
inestabilidad económica y política

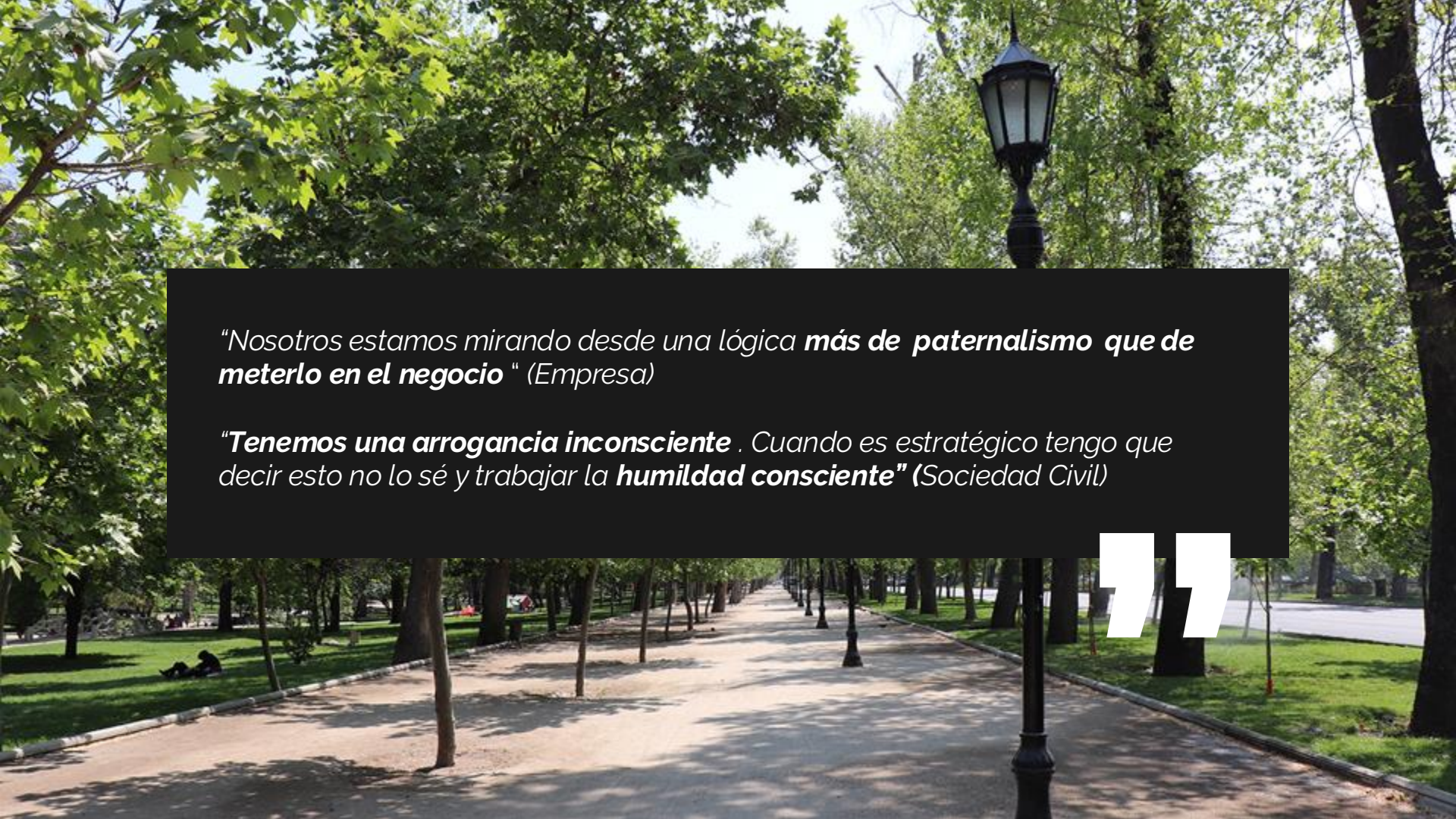




¿Cómo puede
aportar el
sector privado?

Reconocer los desafíos



A photograph of a park path lined with trees and a street lamp. The path is paved and leads into the distance. The trees are lush green, and the sky is bright. A black street lamp is visible on the right side of the path. A black rectangular box is overlaid on the image, containing white text.

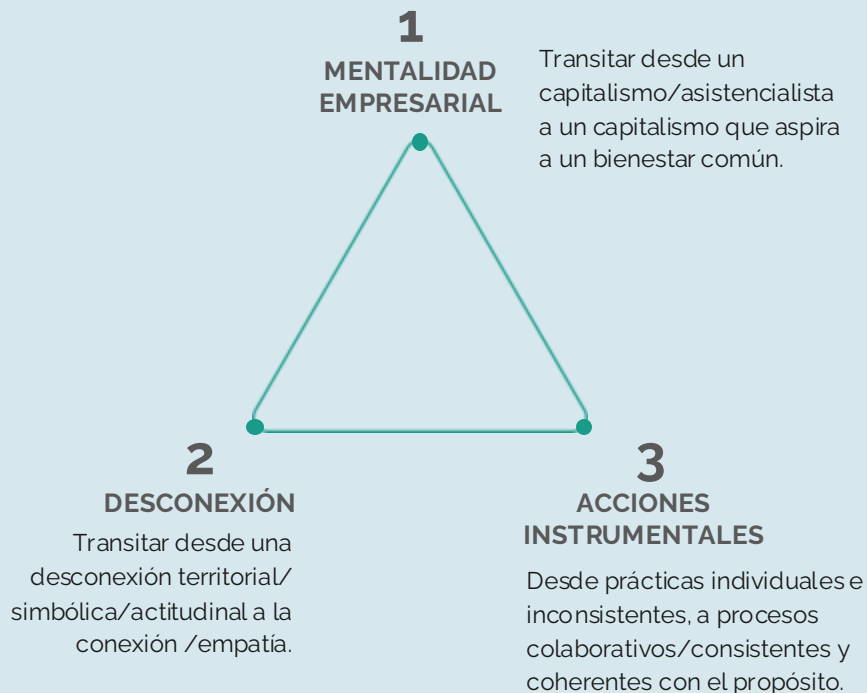
*“Nosotros estamos mirando desde una lógica **más de paternalismo que de meterlo en el negocio** “ (Empresa)*


*“**Tenemos una arrogancia inconsciente** . Cuando es estratégico tengo que decir esto no lo sé y trabajar la **humildad consciente**” (Sociedad Civil)*

” ”

Desafíos

3 desafíos/tensiones del sector privado para contribuir a la reducción de la desigualdad.



A long, straight path lined with trees and black lampposts in a park setting. The path is paved and leads into the distance, flanked by lush green trees and grass. A black lamppost with a white lantern is visible in the foreground on the right. The scene is bright and sunny, with shadows cast on the path.

“Cuando tus líderes lo creen profundamente, ahí nos conectamos con ese territorio y nos conectamos con los trabajadores” (Empresa)

”

Oportunidad de
conectar:

3 ámbitos ineludibles de
conexión para las
empresas



comunidad interna/trabajadores



comunidad externa/vecinos



el core del negocio/clientes y proveedores

Comunidad interna/Trabajadores

*“**Crear espacios de diálogo**, conectarse entre jefes y trabajadores puede ayudar a pensar en construir un futuro juntos desde la empresa” (Sociedad civil)*

*“**Conocer a tu gente es un tremendo negocio**. Que estén contentos, bajar el nivel de rotación, buscar que sean más cercanos a tu operación..., con eso mejoras la calidad de vida” (Empresa)*

””



Comunidad interna

Oportunidades para la acción:

1. **Empleabilidad** (dar oportunidades a segmentos vulnerables y formarlos).
2. **Pagar salarios/sueldos dignos.**
3. **Horarios respetuosos/Buen trato.**
4. **Conocer a mis trabajadores para mejorar mi propuesta de valor interna:** quiénes son, qué necesidades tienen (data/caracterización interna).
5. **Ser un espacio integrador e inclusivo.**
6. **Contratar personas que vivan cerca.**
7. **Involucrarlos en el propósito** y participar en la creación de impacto positivo.

A photograph of a park path lined with trees and a black lamp post. The path is paved and leads into the distance. The trees are lush green, and the sky is bright. A person is sitting on the grass to the left. The overall scene is peaceful and well-maintained.

Comunidad externa/Territorio

*“Post estallido social, **fui**mos a reconstruir, y un poco a ser humildes, a conectar con los territorios, a aprender” (Empresa)*

*“Cuando me hablan de **colaboración**, yo veo que no pasa de ser una intención. Faltan actores que crean en la colaboración porque naturalmente competimos” (Empresa)*

””



Comunidad externa

Oportunidades para la acción:

1. **Compartir con el territorio.**
2. **Escuchar con humildad/aprender/co-construir.**
3. **El mejor talento que vaya a trabajar al territorio para mayor impacto.**
4. **Generar alianzas territoriales.**
5. **Liderazgos que crean en la colaboración más allá de los egos.**

Core del negocio/clientes y proveedores

*"Hemos aumentado la **cobertura geográfica**: es brutal lo que las compañías pueden hacer si disponibilizan bienes y servicios a comunidades y eso hace que no se tengan que trasladar." (Empresa)*

*"Fuimos a **Rapanui**, hicimos una alianza para comprar con un market place para que les llegara, y logramos llegar al mismo precio que las personas del continente" (Empresa)"*

"Nos dimos cuenta que nuestros distribuidores es toda una red de emprendedores, ahí está entonces nuestro propósito" (Empresa)

””



Territorio del core del negocio

Oportunidades para la acción:

Clientes

- Mejor acceso
- Calidad de la oferta.
- Buen trato.
- Asimetría de información.
- Formación.
- Innovación.

Proveedores:

- Pagos a tiempo.
- Formación.
- Fortalecimiento de capacidades.
- Distribución.

Reflexiones finales



***“La desigualdad es un concepto país donde lo primero es cambiar uno.”
(Academia)***



Empezar a actuar/ liderazgos





10 consideraciones para avanzar:

1. **La empresa somos todos.**
2. **Pendiente construir la visión de futuro compartida.** ¿Sueño País?
3. **Responsabilidad de un rol de liderazgo en las grandes empresas,** pero el liderazgo se ejerce desde de las personas.
4. **Las empresas tienen la capacidad de ser un catalizador de integración y de innovación social**
5. **Es clave alinear los incentivos para la consistencia y construir confianza.**
6. **Relevar lo bueno y hacernos cargo del lenguaje:** ser constructivos.
7. **Colaboración radical en pro de** metas colectivas.
8. **Medir evidencia y no percepciones** para evaluar el impacto.
9. **Condiciones habilitantes que permitan co- construir:** normas, incentivos y procesos que promuevan y faciliten el impacto social y la colaboración público-privada.
10. **Resolver la desigualdad es complejo y de largo plazo,** pero aportar es fácil y ahora.

ESTUDIO LADO HUMANO

CREAR UN PISO COMÚN:

Desafíos y Oportunidades

Verónica Aguayo
Estudio Lado Humano

