

SOSTENIBILIDAD EN LAS TELECOMUNICACIONES COMO VENTAJA COMPETITIVA



OSCAR DAVID BONILLA URIBE
Magíster en Gerencia Ambiental
C-O2 CONSULTORES Y ASESORES
obonilla@c-o2.org

Contenido

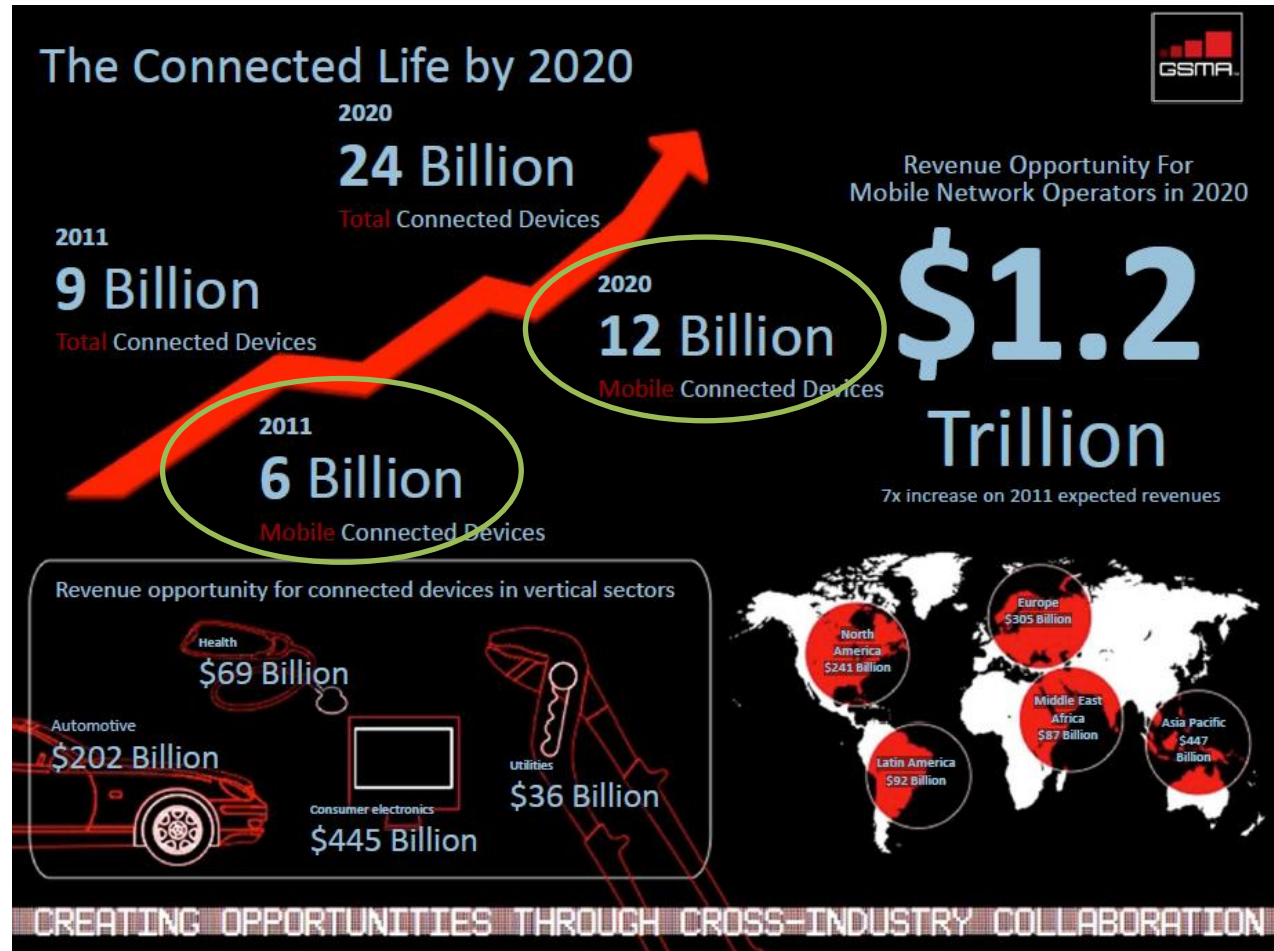
1. ¿Cuál es el problema? – La importancia de la sostenibilidad empresarial.
2. Estrategias Ambientales Corporativas – Herramientas de sostenibilidad empresarial.
3. Conclusiones – reflexiones y recomendaciones.



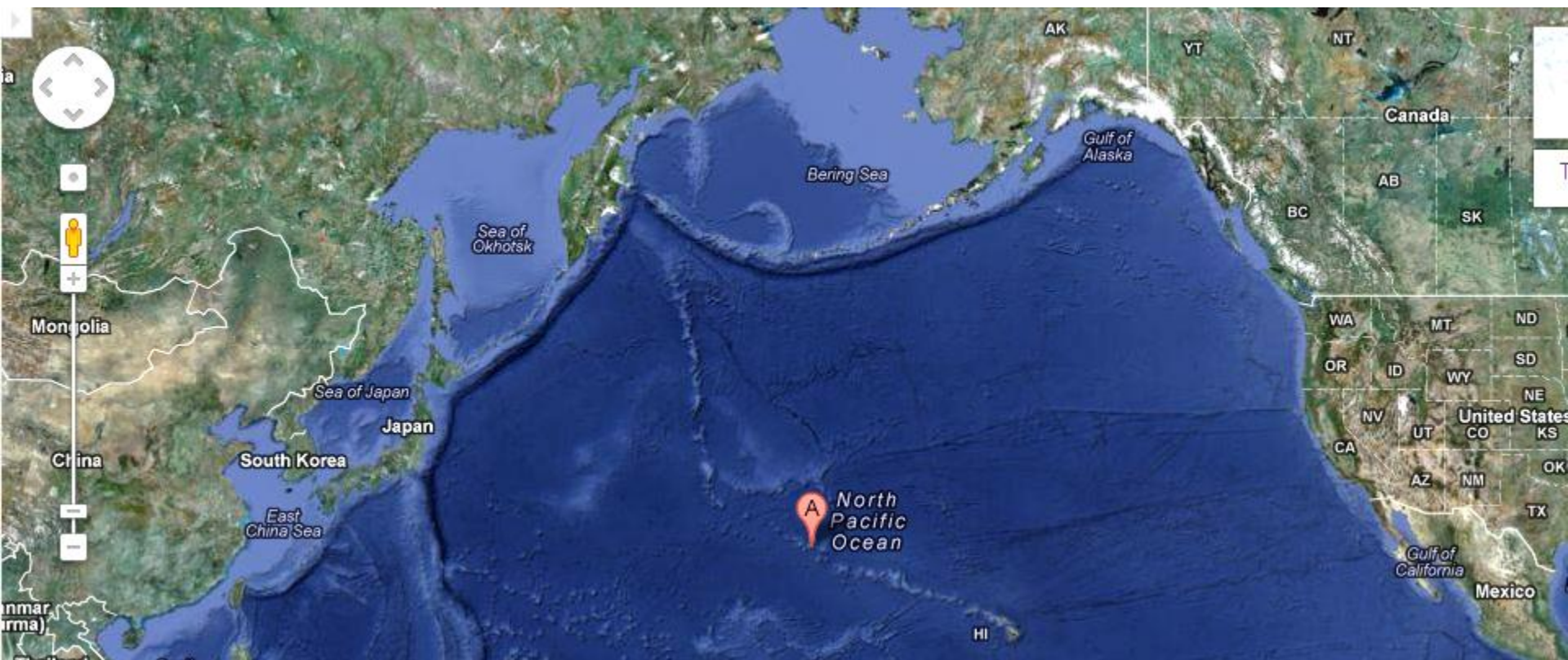
Antes de comenzar...

Población Mundial:

- 7,000 millones hab.
- 9,000 millones hab.
- Era antropocénica
- Límites planetarios
- Problemas ambientales:
*Cambios ambientales,
Cambio climático, capa ozono,
uso del suelo (alimentos-pesca),
agua, etc.*



- Invierte la balanza: Si se mantienen los ritmos actuales de consumo se necesitarían «2 planetas» (WWF, 2000).



ISLA MIDWAY – Océano Pacífico Norte
«a más de 3.200 Kmts del continente más cercano»

[HTTP://VIMEO.COM/25563376](http://vimeo.com/25563376)

¿Y qué es sostenibilidad?

- Resumidamente sostenibilidad significa que:
 - «Las cosas pueden sostenerse por si mismas a lo largo del tiempo»
- Desde la perspectiva ambiental significa que:
 - Capacidad de la Tierra pueda seguir manteniendo sus funciones vitales: *aire, agua, alimento, permitir la calidad de subsistencia de la vida y los sistemas.*
- La especie humana y la vida dependen de los eco-sistemas. *Ambiente, Sociedad y Economía están interconectados.*
- Sostenibilidad ambiental empresarial significa:
 - La capacidad que tienen las empresas para disminuir y compensar su impacto ambiental con el fin de garantizar su permanencia en el tiempo.
- Por ello la sostenibilidad debe ser estrategia y no filantrópica. Deben agregarle valor al negocio. *Por eso hablamos de «estrategias ambientales corporativas»*

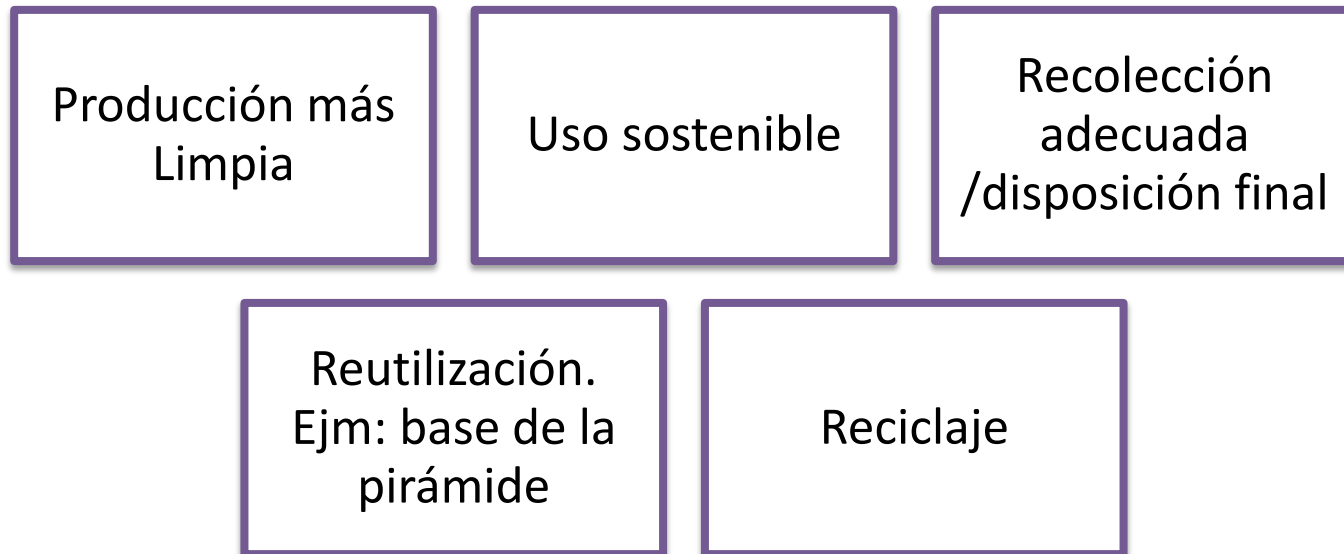
¿Qué se puede hacer en la industria de las Telecom?

- Dos temas prioritarios:
 1. Ciclo de vida producto
 2. Oportunidad de educar y/o sensibilizar al consumidor



Ciclo de Vida Producto

- Diseñar y crear estrategias ambientales en los siguientes procesos:



Un buena estrategia debe agregar valor o generar oportunidades de: nuevos negocios, marketing, ventas, goodwill, stakeholders, etc.

Consumidor con «Inteligencia Ecológica»

- La industria (telecom) tiene una oportunidad para educar y sensibilizar al consumidor.
- Fomento y apoyo al teletrabajo.
- Tecnología:
 - Uso del teléfono móvil para respuesta de luz, aires acondicionados, etc.
 - Veedores ambientales y control ambiental
- E materialización: de lo físico a lo virtual:
 - Sistemas de Información
 - Archivo y gestión documental

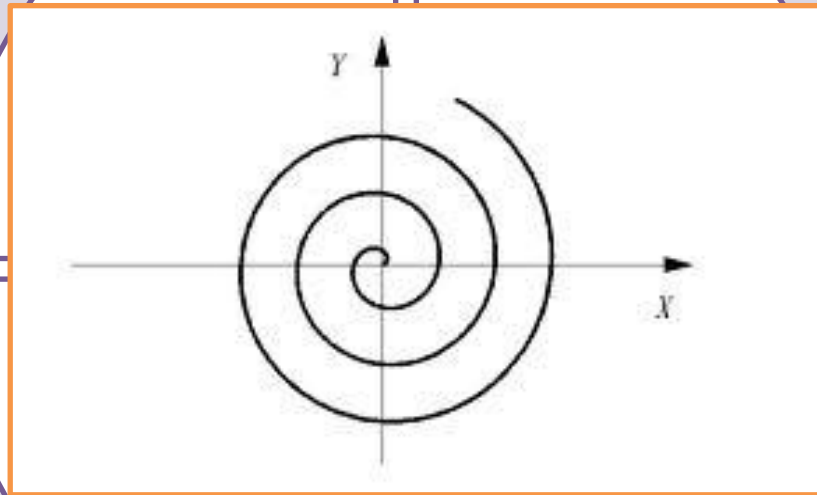


La industria de las telecomunicaciones móviles tiene el potencial de contribuir en la disminución de varios impactos ambientales de sectores de la economía.
También de favorecer las políticas públicas en este sentido.

Brevemente ¿cómo empezar con una EAC?

- Conozca los aspectos materiales ambientales o relevantes del negocio.

- Haga una matriz con los aspectos y riesgos ambientales, priorícelos y valórelos.



- Planifique, mida, disminuya, compense
- Ciclo de vida de producto
- Huella de Carbono
- Reporte – GRI.

- Fije o reajuste la política ambiental y/o de sostenibilidad

Actuar en gremio también puede ser un buen punto de partida

Mo



PROTOCOLO VERDE

AGENDA DE COOPERACIÓN ENTRE EL GOBIERNO NACIONAL Y EL SECTOR FINANCIERO COLOMBIANO



«Toda la industria puede generar ventajas competitivas a través de una buena Gerencia Ambiental»

¡GRACIAS!



- Consultores y Asesores -
“Por un Planeta Sostenible”

OSCAR DAVID BONILLA URIBE
DIRECTOR

OBONILLA@C-O2.ORG / 317.429.4524