



## JENNIFER MILLA

Cofundadora y directora de operaciones de Capitalismo Consciente Perú.

## Es tiempo de hacernos cargo

A NIVEL MUNDIAL, SOLO EL 9% DE LO QUE SE VENDE SE REÚSA. EL 91% SE DESECHA. NO SE PUEDE SEGUIR FABRICANDO INDISCRIMINADAMENTE SIN PREGUNTARSE POR EL DAÑO QUE CAUSA LO PRODUCIDO.

**G**racias por el palo de escoba. Dígame, ¿dónde puedo dejar el que ya está roto? ¿Ustedes lo recolectan y se lo entregan al que lo recicla, o a alguna empresa que lo recicla? La cara de asombro del señor que hace más de 10 años vende productos de limpieza era como si estuviera hablando en otro idioma. ¡Y claro que lo era! "A la basura", fue su respuesta espontánea.

A nivel mundial solo el 9% de lo que se vende se reusa. El 91% se desecha. Cuando escuché esta cifra entendí la magnitud de un planeta que clama auxilio. En la cena puse el tema sobre la mesa. Adivinamos los porcentajes de reuso fueron 1%, 3% y el más optimista 15%. Repasamos las marcas que te indican qué hacer con sus productos una vez que el ciclo de vida acaba, y no llegamos a 5. Todavía no sé qué hacer con la ropa que no tiene reparación, me resisto a imaginarla en un vertedero. Lo más común es escuchar acerca de las 3R (reducir, reusar, reciclar), pero ¿cuántas empresas se hacen cargo y efectivamente toman en cuenta a los stakeholders en su mayoría relegados: medio ambiente y sociedad?



La autora señala que son muy pocas las marcas que indican qué hacer con sus productos una vez que su ciclo de vida acaba.

Medio ambiente está clarísimo, no podemos seguir produciendo indiscriminadamente, teniendo metas de crecimiento en ventas sin preguntarnos cómo obtenemos los materiales, a dónde van nuestros productos, qué daños estamos causando, ni mucho menos obviar que no nos hacemos cargo. Alguna vez escuché a un líder empresarial decir: "recoger los productos es carísimo, yo solo los vendo. Para qué hacerlo si nadie me obliga". Recuperemos los valores de empatía, respeto por el

**"Juntos –empresa privada, sociedad civil y gobiernos locales– podremos dejar de recuperar solo el 1% de residuos municipales que se generan en el país".**

otro y cuidado. Recordemos que los consumidores son aquellos que definirán el futuro de los negocios y tomarán como criterio de decisión principal nuestras acciones como líderes empresariales.

Sociedad, porque como empresas tenemos el poder de ayudar a educar junto a nuestro ecosistema (colaboradores, proveedores, clientes, inversionistas) los entornos en los que operamos. Integrándonos con cadenas de recicladores locales, colaborando con la generación de plantas procesadoras en regiones, atrayendo inversión, promoviendo compras y estilos de vida conscientes, entre otros. Recordemos que antes que empresarios somos ciudadanos, tenemos deberes. Sobre todo la industria nacional. Qué mejor muestra de amor por nuestro país que protegerlo y con nuestro ejemplo. Juntos – empresa privada, sociedad civil y gobiernos locales– podremos dejar de recuperar solo el 1% de residuos municipales que se generan en el país.

¿Para qué segregamos la basura si el camión se lleva todo junto?, comentó un vecino en una reunión de propietarios sanisidrinos. No será lejano el día en que los distritos que tengan la capacidad, recolecten los

residuos selectivamente, tal como sucede en ciudades como Lisboa, Madrid, Berlín, Brisbane, por mencionar solo algunas.

La verdadera transformación requiere un 20% de generación de conocimientos y un 80% de práctica, como menciona Shirzad Chamine, autor del bestseller según The New York Time, Positive Intelligence y coach de CEOs y C-suite. Empecemos a practicar ahora. No esperemos que llegue una ley para que ocurra. Hagámoslo desde casa, en nuestras decisiones del día a día. Como CEO o líderes revisemos cómo vienen siendo nuestros hábitos de consumo ¿coinciden con lo que profesamos y demandamos en nuestra organización?

Lograremos transformaciones sostenibles cuando nuestro nivel de conciencia aumente. Seamos capaces de apreciar la grandeza en las acciones de la vida cotidiana. Estamos aquí para vivir en armonía con la naturaleza, no para conquistarla o dominarla. Dejemos de ser la especie más insensata que venera a un Dios invisible y masacra una naturaleza visible, sin saber que esa naturaleza que masacra es ese Dios invisible que venera (Hubbert Reves).