

SUSTENTABILIDAD



DE LO
POSIBLE
AL HECHO



**MEDIO AMBIENTE: UNA DEUDA PARA FUTURAS GENERACIONES
LIDERAR CON LA VOZ**

Nº 16
AGOSTO/2023

Contenido

- Sustentabilidad: de lo posible al hecho?
- Liderar con la voz
- Medio ambiente: Una deuda para futuras generaciones

OFICINA

Don Carlos 2939,
Oficina 403 - Las Condes
CHILE
C.P. 7550171
T. +56 (2) 2 476 8000
C. +56 (9) 7 997 9922

Comunicación corporativa:
escobarcoly@gmail.com

Síguenos en nuestras redes

Nuestra web:
www.kamac.cl

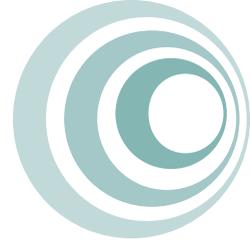


LinkedIn:
<https://www.linkedin.com/company/kam-audidores-consultores/mycompany/?viewAsMember=true>



Instagram:
https://www.instagram.com/kam_audidores.consultores/





Sustentabilidad: de lo posible al hecho

Hay tendencias que uno desearía se conviertan en prácticas constantes. La sustentabilidad es una de ellas.

Por definición, se trata de la habilidad de lograr una prosperidad económica sostenida en el tiempo a la vez que se protegen los sistemas naturales del planeta y provee una alta calidad de vida para las personas. En este sentido, se busca que el uso de los recursos satisfaga las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas.

PRINCIPIOS Y TIPOS

De acuerdo con el Programa UNESCO "Educar para un Futuro Sustentable", existen cuatro dimensiones sobre las que actúa

este concepto:

Sustentabilidad Social:

Vinculada con los valores y principios de la paz y la equidad para todas las personas.

Sustentabilidad Ecológica o Ambiental:

Se centra en la preservación de la biodiversidad sin renunciar al progreso económico y social.

Sustentabilidad Económica:

Hace referencia a la capacidad de la organización de administrar sus recursos y generar rentabilidad de forma responsable a largo plazo.

Sustentabilidad Política:

Tiene que ver con la democracia y la gobernabilidad de los países y sus estados.

SUSTENTABILIDAD Y NEGOCIOS

Los negocios sustentables son llevados adelante por empresas que "en el corazón de su modelo combinan el objetivo de generar retorno económico y, a la vez, con la misma importancia, impacto positivo en el ambiente y la sociedad".

Aquí te comparto algunos consejos para hacer de lo posible,

un hecho beneficioso:

- Empieza por definir lo que significa la sustentabilidad para ti. ¿Qué significa para tu empresa ser sustentable? ¿Cuáles son tus objetivos de sustentabilidad?
 - Sé específico sobre las acciones que estás tomando para lograr tus objetivos de sustentabilidad. ¿Qué estás haciendo para reducir la huella de carbono? ¿Utilizas materiales sostenibles? ¿Cuáles son tus acciones para mejorar el bienestar de tus empleados y colaboradores?
 - Comunica tu compromiso a tus clientes, empleados y otros stakeholders. ¿Cómo estás comunicando tu compromiso con la sustentabilidad? ¿Mides el avance de tus esfuerzos?
 - Sé transparente sobre tu progreso. ¿Estás dispuesto a compartir información sobre tus actos en pos de la sustentabilidad con el público? ¿Estás dispuesto a rendir cuentas de tus adelantos en la materia?
 - Conviértete en un líder en el campo de la sustentabilidad. ¿Tienes intención de compartir tus mejores prácticas con otras empresas? ¿Estás dispuesto a abogar por políticas que apoyen el crecimiento sostenible?
- Adoptar prácticas que faciliten el desarrollo y la expansión de la sustentabilidad, puede ayudar a las empresas a reducir sus costos, mejorar su reputación y crear un futuro más sostenible para todos. ●



por Claudia Menkarsky, Vocal Coach



Liderar con la voz

Liderar es Liberar tus aptitudes, potencial, experiencia, cualidad...

En este artículo nos centraremos en cómo hacerlo a través de la voz a través del Vocal Coaching.

Para expresar lo que quieres como realmente quieres, sin inhibiciones, titubeos, ni palabras que surjan mecánicamente para llenar espacios vacíos con muletillas es importante encontrar y compartir tu verdadera voz. Durante tu discurso, tómate el tiempo para respirar profundo, siente la energía del ambiente, sitúate mentalmente en las imágenes de aquello que quieres transmitir, y deja que broten las palabras, en profunda conexión emocional y empática con los allí presentes.

Para lograrlo, el primer paso es conocer tu propia voz, desplegando su potencial para comunicar con distintos tonos, frecuencias y sonido tu estado de conciencia, pensamientos, sentimientos e ideas con dirección a tu propósito y lo que quieres transmitir. Ten en cuenta que la voz nos identifica, es única de cada persona y la define, y que gracias a ella es posible transmitir nuestro estado interior y expresarlo al hablar.

Aquí comparto contigo algunas recomendaciones para liderar con tu voz:

- Puedes transformar tu voz en la mejor versión.
- Tu voz es única y expresa quién eres.
- Tal como respiras hablas, por ello, cual acordeón, tomas aire y suena. Recuerda respirar por nariz cuando tienes tiempo y rápido por boca en medio de las palabras.
- Es común ver que se apura el ritmo de la dicción para que el aire alcance, pero al contrario, se trata de hablar a tu ritmo, sin prisa, e inspirar cada vez que lo precisas.
- Si no te gusta tu voz, es porque no utilizas el total de su resonancia.
- Entre el timbre y el color hay una gama de mixturas que proporcionan distintos efectos, tanto en el oyente

como en ti cuando lo modulas. Por ejemplo, toda voz que resuena en los graves, tranquiliza, y en los agudos estresa. Haz de conocer toda la extensión vocal que posees para modularla en base a la exposición que debes dar, otorgando así la expresión acorde.

- Lee en voz alta, sin prisa, grábate, y luego escucha.
- Vuelve a hacerlo más efusivamente, hasta dar con el tono adecuado que quieres transmitir.
- Es importante realizar ejercicios respiratorios y vocales antes de una conferencia, para calmar los nervios, concentrarse y tener la voz a punto.
- Una vez frente al público, mira, saluda, percibe el ambiente, luego pon en tu mente las imágenes del tema que expones, sin desviar la atención. Son éstas quienes precipitan las palabras y permiten no distraerte, así darás lo mejor de ti, sin importar la cantidad de gente, el lugar, condiciones, ruidos, o cualquier otro aspecto distractor. Mira a los oyentes a los ojos cuando quieras interactuar con ellos, caso contrario pon tu mirada en el foco interior del tema que expones. Al igual que recuerdas una película, con imágenes, crea las imágenes de lo que vas a comunicar, ellas mantendrán tu atención y permitirán una exposición fluida.

Espero que contemplar estos aspectos sea útil. Te saludo hasta próximos verbales encuentros. ●

La autora del artículo dicta seminarios, conferencias y talleres y está disponible para contestar consultas o inquietudes relacionadas: claudiamenkarskycoach@gmail.com



Una deuda para futuras generaciones



Uno de los blancos favoritos de intelectuales, comunicadores y activistas de hoy y de siempre es la economía de mercado. Al menos desde el Siglo XIX, el sistema capitalista ha sido acusado de explotación, de alienación, de pauperización y de crear desigualdades. En las últimas décadas, se ha sumado con fuerza una crítica medioambiental.

Es muy frecuente ver líderes de opinión afirmar que, incluso cuando el libre mercado es un buen mecanismo para asignar los recursos de forma eficiente, generar empleo bien remunerado y ofrecer productos tecnológicos que mejoran nuestra calidad de vida, su funcionar descontrolado afecta de forma negativa al planeta. Los más preocupados, por su parte, no dudan en hacer predicciones apocalípticas. Las objeciones medioambientales contra la economía de mercado pueden dividirse en dos grandes grupos. El primero pone el foco sobre el uso de los recursos y su potencial agotamiento. Estas ideas emanan principalmente del pensamiento del padre Thomas Robert Malthus quien, en su “Primer Ensayo sobre la Población”, publicado por primera vez en 1798, advertía que –como la población crecía más rápido que los medios de subsistencia- las sociedades estaban condenadas al hambre y

las enfermedades.

El segundo grupo es el de las externalidades (positivas o negativas) que genera la actividad económica. Podría decirse que el primero que escribió sobre externalidades fue Adam Smith, (economistas más famosos de la historia y es considerado el padre de la economía moderna. En sus teorías económicas combina historia, filosofía, desarrollo económico, psicología y ética) cuando sostuvo que el gobierno tenía como uno de sus roles principales el realizar y sostener obras que no eran rentables para el sector privado pero que podían ser muy valiosas para el “gran cuerpo social”.

Pero fue Arthur C. Pigou, quien incluyó a las externalidades en la gran familia de las denominadas “fallas del mercado”, y propuso como solución la intervención del

Estado vía impuestos, subsidios y regulaciones específicas. Bajo este marco, un ejemplo clásico de externalidad negativa es la contaminación ambiental.

¿Podemos encontrar respuestas a estas críticas desde el liberalismo? Como se verá a continuación, a lo largo de la historia se han presentado argumentos que –sin negar los problemas observados- se inclinan por favorecer, de todas formas, soluciones privadas y descentralizadas a estos desafíos en lugar de decantarse por la planificación central.●

Fuente: <https://faro.udd.c>



kam AUDITORES CONSULTORES

*KAM Auditores Consultores SpA.
Apasionados y Comprometidos con lo que hacemos*

Don Carlos 2939, Oficina 403 / Las Condes-Chile / C.P.7550171

 +56 (9) 7 997 9922 / +56 (2) 2476 8000

 info@kamac.cl