

Excelencia 2004 / Premio Desarrollo Sustentable TRIPLE OBJETIVO - Julio Moura (GrupoNueva)

Fuente: Revista América & Economía

Mientras vivía en Suiza, el brasileño Julio Moura se hizo adicto a los libros de Stephan Schmidheiny, el controvertido empresario y ambientalista suizo que acuñó el concepto del desarrollo sustentable. Cuando Moura supo en 1998 que el suizo tenía planes para fortalecer su presencia en América Latina, agarró el teléfono y le llamó para manifestarle su interés en participar. Así fue como Moura (52) dejó la vicepresidencia para Europa de la firma de ascensores Schindler, para dar vida a GrupoNueva, un conglomerado empresarial, con ventas consolidadas que pasaron de US\$ 600 millones en 1999 a US\$ 1.000 millones en 2003, y con un Ebitda que subió de US\$ 20 millones a US\$ 124 millones en el mismo período.

Sin embargo, el gran mérito de Moura, presidente ejecutivo de GrupoNueva, ha sido el de lograr realizar la filosofía del ambientalista en un negocio que no sólo crece y da utilidades. También, hacerlo en un continente donde las medidas ambientales y de responsabilidad social aún se asocian con pérdidas de competitividad. De hecho, GrupoNueva ha transformado la responsabilidad social en una de sus ventajas competitivas.

"Comprometerse tempranamente con la responsabilidad social ha sido un tremendo negocio para ellos", dice Dante Pesce, director ejecutivo de Vincular, organismo de responsabilidad social empresarial de la Universidad Católica de Valparaíso. "Es un proveedor de excelencia para los distribuidores de madera y pueden acceder a mercados premium al que otros no acceden por su exigencia". Fue el caso de The Home Depot, por ejemplo. Por mucho tiempo, las puertas de madera de pino que fabricaba GrupoNueva en el sur de Chile fueron las únicas de América Latina que cumplían con las exigencias ambientales y sociales del gigante ferretero estadounidense.

Las dos grandes empresas que componen el grupo -la fabricante de tuberías de PVC Amanco y la forestal Terranova- caminan a conseguir resultados en las tres áreas de interés del grupo: responsabilidad social, ambiental y resultados financieros (el triple bottom line, como le llaman en la empresa). Para ello, ponen al mismo nivel indicadores de rentabilidad, junto a indicadores de capacitación laboral o programas de inserción en la comunidad. Y sus ejecutivos buscan coleccionar todos los certificados de calidad de procesos y ambientales que puedan, como las certificaciones ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001.

Aunque su caso aún es excepción en América Latina, al mando de Moura, GrupoNueva está marcando pauta en sus rubros y obliga a sus competidores a preguntarse cómo es que ellos están haciendo las cosas.

Por más información sobre GrupoNueva, visitar www.gruponueva.net

