

Tercer Encuentro de Líderes Socialmente Responsables

Said Pulido Aranda

La Escuela Bancaria Comercial, en la Ciudad de México, fue la sede del Tercer Encuentro de Líderes Socialmente Responsables, un evento que convoca a expertos y directivos en temas relacionados con responsabilidad social y sustentabilidad para compartir su experiencia en torno a mejores prácticas y tendencias.

A lo largo de la jornada, siete conferencias magistrales y dos paneles de expertos ofrecieron a los asistentes una perspectiva de la situación actual de la responsabilidad social empresarial en México, complementando cada intervención con una sesión de preguntas y respuestas para enriquecer la experiencia de los asistentes.

Roberto Adame, coordinador de Acreditación y Responsabilidad Social Empresarial (RSE) del Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) tuvo a cargo la primera conferencia del día, enfocada en el futuro de la responsabilidad social en México y América Latina. Destacó que si bien cada vez más empresas, organizaciones de la sociedad civil y dependencias gubernamentales se suman a la RSE, todavía hay mucho camino por recorrer.

Durante su intervención, **Adriana Prieto, gerente de RSE en AeroMéxico**, habló de cómo es posible construir una cultura organizacional a partir del voluntariado corporativo. Y es que, indicó, una empresa no siempre puede hacer aportaciones económicas a una causa, pero hay otras formas de contribuir.

En el Panel de Comunicación y Transparencia se abordaron aspectos en torno a la importancia de comunicar las iniciativas de RSE, tanto al interior como al exterior de la organización, y del papel que juegan los medios de comunicación para difundir proyectos que mejoran tanto la calidad de vida de las personas como al medio ambiente. Participaron Gustavo Pérez, director de RSE de Restaurantes Toks, Javier Mestre, periodista y director general de Valor Compartido, Karem Rojas, gerente de RSE de Ford México, Katy Rodríguez, gerente de RSE de Marsh, y Dante Melgar, director para México de Corresponsables.

La conferencia de Andrea Trujillo, profesora e investigadora del Tecnológico de Monterrey giró en torno a la mercadotecnia verde desde la perspectiva de “la conciencia ambiental en formación” que contribuye al desarrollo sostenible. Preciso que desde la perspectiva de la mercadotecnia social, el concepto busca la difusión de ideas para que se adquieran comportamientos medioambientales deseables. Y desde la perspectiva de la mercadotecnia comercial se relaciona con el proceso deliberado de preservación de los recursos naturales mientras se satisfacen las necesidades y los deseos del consumidor y los objetivos empresariales.

El director general de Grupo Aries, Jorge Ojeda, habló de la importancia de la vinculación con la comunidad, destacando, además de varias iniciativas de la empresa en materia de RSE, que siempre que una empresa trabaja para el bienestar de las comunidades donde tiene presencia trabaja para su propio bienestar. Recalcó que hoy por hoy las empresas pueden generar prosperidad a través de la RSE y que ya no es posible ser exitosos sin una vinculación efectiva y tangible con la comunidad y sí adoptar el concepto como uno de los objetivos del negocio. Concluyó haciendo hincapié en que hacen falta más empresas socialmente responsables en el país y que los empresarios no deben ver a la RSE como un destino, sino como un camino para un mejor mañana.

En su momento, Sergio Moreno, gerente de Sustentabilidad en la Cadena de Valor de Coca-Cola FEMSA, aseguró que no basta con pensar que una empresa es socialmente responsable por sus políticas e iniciativas, sino que es necesario llevar esa filosofía a toda la cadena de valor, ya que es donde se encuentra el mayor impacto de las compañías.

En el evento también participaron Óscar Domínguez, director de Transformación de Negocios de Volkswagen Financial Services, Paulina Barragán, gerente de Recursos Humanos y Comunicación de Essity para América Latina, Arturo Razo, líder de RSE y Voluntariado Corporativo de Gentera, y Valeria Oest, gerente comercial de Énestas, compartiendo casos de éxito en el panel Mejores Prácticas de Empresas Socialmente Responsables.

Así mismo, Gwenaelle Gerard, directora general de ResponSable, habló de resiliencia a un año del sismo del 19 de septiembre de 2017 – cuando el edificio en el que se ubicaban sus oficinas en la Colonia Roma colapsó, causando la muerte a varios de sus colaboradores. ●