

Empresas explican su experiencia en sostenibilidad

EAE Business School organizó un encuentro online con varias empresas sostenibles, cuya experiencia pone de relieve muchas de las conclusiones que se extraen del I Observatorio ‘Tendencias en RSC y Sostenibilidad en Iberoamérica’ de la Escuela

EAE Business School organizó un encuentro online con varias empresas sostenibles que con su experiencia ponían de relieve muchas de las conclusiones que se extrajeron del I Observatorio ‘Tendencias en RSC y Sostenibilidad en Iberoamérica’. El encuentro online contó con el alumni Diego Figueroa Mayo, CEO y Cofundador de Jibuh2o, que participó en la incubadora de EAE, EAE Lab; Samuel Soria, socio en Parafina, una marca de gafas sostenibles; y María Negro, consultora y divulgadora de negocios en sostenibilidad y autora del libro CAMBIA EL MUNDO: 10 pasos hacia una vida sostenible. La profesora experta en Sostenibilidad y Directora del Master en Design Thinking & Customer Experience de EAE, Bethlem Boronat, moderó el encuentro online.

En el arranque de la sesión, Boronat comunicó algunas de las conclusiones del estudio en las que destacó que una de las prioridades de las empresas es “atender mejor y establecer un diálogo con los stakeholder”, especialmente el empleado y medioambiental, y “adoptar un rol más activo y no tan reactivo” en sostenibilidad. Asimismo, puso de relieve que la gran mayoría está dispuesta a establecer alianzas “con empresas más pequeñas e incluso de la competencia”.

La consultora y divulgadora en sostenibilidad, María Negro, explicó que muchas empresas tienen el reto de “saber transmitir al consumidor esa conciencia social y ponerlo en valor” y así el precio “no sea el único motivo de compra”.

Por su parte, Samuel Soria, partner de la marca de gafas sostenibles, Parafina, explicó que era más fácil empezar un negocio sostenible de 0, que introducir la sostenibilidad “con calzador” en una empresa, que además parece que lo hace “para ganar puntos”. “Cuando creamos la empresa, queríamos que los productos fueran hechos con materiales sostenibles y reciclamos corchos bambú, neumáticos y aportamos el 5% de donación para una escuela en Paraguay”, explicó de su experiencia. Sin embargo, señaló que “el tema social de sostenibilidad es difícil de comunicar sin parecer una ONG”.

Por su parte el alumni de EAE, Diego Figueroa explicó que su negocio cubre la necesidad de beber agua, la sostenibilidad del envase de plástico y además colabora en el acceso de agua potable. En este sentido, indicó que hoy alguna empresa puede caer en un “green washing”. “Si fabricas con materiales sostenibles, pero después no respetas la igualdad de salarios o la diversidad de género no estamos siendo coherentes”, apuntó.

El encuentro cerró con las palabras del decano de EAE Business School, Josep Maria Altarriba, quien puso en valor el empeño de EAE en un tejido empresarial más sostenible.

I Observatorio “Tendencias en RSC y sostenibilidad en Iberoamérica”

El estudio realizado por EAE Business School en colaboración con CEAPI, Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica, han participado más de 100 empresas de prestigio de hasta 14 países diferentes de España y América Latina, como Mapfre, Iberia, Grupo Bimbo, Repsol, Banco Sabadell o Fluidra.

El informe, que analiza la realidad de las compañías iberoamericanas en materia de sostenibilidad tras la pandemia, revela que 8 de cada 10 empresas entienden la RSC como una forma natural de hacer negocios y sitúan las iniciativas de filantropía en un segundo plano.

Datos de contacto:

Montserrat Bros

+34932278090

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Nacional](#) [Ecología](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>