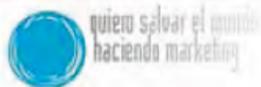


# MOVILIDAD: CAMINANDO HACIA LA SOSTENIBILIDAD



Con motivo de la Semana de la Movilidad, la consultora Quiero Salvar El Mundo Haciendo Marketing y la revista Ser Responsable celebraron un nuevo desayuno "A Pie Calle", una iniciativa cuyo objetivo es establecer nuevos canales de comunicación y tender puentes entre el mundo de la empresa y la ciudadanía, de modo que se enriquezca el debate sobre la Responsabilidad Social y el Desarrollo Sostenible.

"Movilidad: caminando hacia la sostenibilidad" fue el tema en torno al cual giró este último encuentro, que contó con la presencia de Antonio Lucio, director general de la Fundación Movilidad; Óscar Hernández, director de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad de Pascual; Santos Núñez, gerente de Sostenibilidad de Renfe; Inés de Saralegui, directora de Relaciones Institucionales de Respiro; Elena Díaz de Zugazúa, directora de Organización y RSC de MRW Logística, Carmen Gómez-Cotta, experta en Responsabilidad Social Corporativa; y Benigno Santiago, director de Desarrollo de negocio de Connect by Hertz.

Una de las principales conclusiones del encuentro fue que las administraciones públicas tienen que hacer un mayor esfuerzo para promover e impulsar una cultura de la movilidad eficiente y racional. En sentido, Antonio Lucio, director de la Fundación Movilidad, admitió que deposita "más confianza en las empresas que en las administra-

ciones" y que echa en falta un papel "más ejemplarizante" por parte de las segundas. No obstante, apostó por una "complicidad inteligente" entre ambos sectores.

Por su parte, Óscar Hernández, director de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad del Grupo Pascual lamentó que la sociedad "esté tan intervenida por las administraciones públicas" y reclamó "guiños" por parte de los poderes públicos que incentiven formas de transporte sostenibles. Pascual -junto con Hertz y Respiro- fue una de las empresas premiadas en los últimos premios "Muévete Verde" de la Fundación Movilidad, entidad dependiente del Ayuntamiento de Madrid.

Por otro lado, Hernández lamentó que "el único parámetro de esta sociedad sea el precio". "Existe una gran dualidad entre lo que se dice y lo que se hace y por eso es muy importante que todos seamos autocríticos, aunque, eso sí, de forma constructiva", añadió.

El gerente de Sostenibilidad de Renfe, Santos Núñez, advirtió sobre "la falta de concienciación respecto al impacto que la movilidad tiene sobre el cambio climático". "La movilidad es la gran asignatura pendiente en la batalla contra el calentamiento global", insistió Núñez, para quien resulta fundamental que "todos, y en especial las empresas, entiendan que la sostenibilidad bien gestionada es una herramienta competitiva y un elemento de innovación".



Carmen Gómez-Cotta, experta en Comunicación y RSC, subrayó "la falta de concienciación y cultura sobre sostenibilidad que aún existe en la sociedad". "Es fundamental que entre todos tejamos una red y vayamos construyendo esa cultura. Las acciones puntuales no sirven de nada si no se aúnan esfuerzos", señaló Gómez-Cotta, antes de apuntar que "las transformaciones más significativas llegarán con los cambios generacionales".

Desde MRW, la directora de Operaciones y RSC de Logística, Elena Díaz de Zugazúa, explicó que "la experiencia demuestra que el consumidor aún no está preparado para pagar más por productos o servicios sostenibles". "A veces las empresas se encuentran ante una encrucijada porque no hay muchas posibilidades de que el mercado no responda", argumentó. Díaz de Zugazúa habló también sobre la experiencia pionera de la empresa MRW con su sobre biodegradable, que ya es el único que utilizan para los envíos que gestiona la empresa de mensajería fundada por Francisco Martín Frías. "Sabíamos, porque contábamos con estudios, que si dábamos la opción de elegir, el consumidor iba a optar por el sobre más económico, así que decidimos hacer todos nuestros transportes con sobres biodegradables. Fue nuestra aportación a la lucha contra el cambio climático. Pero no fue sencillo: estamos hablando de innovación sostenible directamente ligada al negocio", añadió la ejecutiva de MRW.

La directora de Relaciones Institucionales de Respiro Car Sharing, Inés de Saralegui, defendió el "uso del coche compartido" y se sumó a ese mensaje a las administraciones españolas "para que sean más sensibles ante las evidencias y las demandas sociales". "Existe una fortísima tendencia en la Unión Europea. Estamos hablando de una nueva forma de vida que pasa necesariamente por el consumo responsable. Estamos hablando, en definitiva, del ciudadano inteligente", apuntó.

Mientras, Benigno Santiago, director de Desarrollo de Negocio de Connect by Hertz, lamentó que "las políticas de movilidad sostenible en empresas con grandes flotas sean tan escasas". "La realidad es que la gran empresa no busca por lo general la forma de transporte más eficiente, lo que me lleva a pensar que aún no existen políticas reales de responsabilidad social corporativa en las empresas españolas", afirmó. •