

-Desayunos ODS-

Leire Pajín: “La innovación es la herramienta fundamental para que la Agenda 2030 se cumpla”

- La presidenta de REDS asegura que la consecución de los ODS es la hoja de ruta a seguir *“para que los negocios progresen y se posicionen mejor en el mercado internacional”*, así como para llegar a un modelo de consumo global que permita el crecimiento sostenible de la sociedad.

Madrid, 05 de febrero de 2019.- La presidenta de Red Española para el Desarrollo Sostenible (REDS-SDSN) y directora de desarrollo internacional de ISGlobal, Leire Pajín, ha asegurado este martes que la *“innovación es la herramienta fundamental para que la Agenda 2030 se cumpla”* y para desarrollar un plan de acción *“profundamente transformador que busque un progreso global teniendo en cuenta los límites del planeta”*.

Estas han sido las líneas generales expuestas por la presidenta de esta organización en el cuarto desayuno que han organizado conjuntamente **REDS y Mediapost**. El objetivo del encuentro, celebrado en Impact Hub Madrid, ha sido analizar el papel que las empresas están jugando en la implementación de **los 17 Objetivos Mundiales para el Desarrollo Sostenible (ODS)**.

“Las empresas comparten un objetivo común: encontrar soluciones novedosas que nos permitan responder a los retos que la agenda de desarrollo sostenible nos pone encima de la mesa”, ha afirmado Pajín, quien también ha insistido en que se trata de retos complejos *“que requieren de una forma de ver el mundo radicalmente nueva y juntar el mejor capital humano, científico, académico, empresarial y social para ser solventados”*.

Ante esto, la exministra de Sanidad, Política Social e Igualdad ha hecho hincapié en que la hoja de ruta que deben seguir las compañías se basa en una **actuación conjunta que sirva para parar los desafíos y abordarlos de una forma global y transversal**. En su opinión, esta es la fórmula *“para que los negocios progresen y se posicionen mejor en el mercado internacional”*, así como para llegar a un **modelo de consumo global que permita el crecimiento sostenible de la sociedad**.

Para Pajín, la empresa privada es el actor que mejor ha entendido este aspecto. Con el paso de los años, estas entidades han ido adquiriendo un fuerte compromiso social que ha derivado en políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), en especial en las grandes compañías. Sin embargo, según ha apuntado, aunque estos proyectos han marcado el camino, hoy en día no son suficientes y es necesario dar un paso más allá. La ‘Agenda 2030’ convoca a una *“verdadera transformación de los líderes”* en el ámbito público y privado, y **a aprovechar los avances en materia de innovación para adaptarse a los ODS y evitar que los negocios queden obsoletos**.

*“Las grandes empresas son quienes cuentan con mayor margen de maniobra para adaptarse a estas necesidades, pero **las pymes también deben entender que “forman parte del mercado y que esta es su agenda**. Hacer esto no es fácil; hay que encontrar una forma sencilla de introducir los ODS en sus empresas, ayudarles a distinguir dónde está su valor añadido para priorizar la aplicación de soluciones en un ámbito u otro, y tener indicadores comunes de rendimiento para todo el tejido empresarial que permitan analizar los resultados. **No hay Plan B en lo que a desarrollo sostenible se refiere**”, ha recalcado Pajín.*

Concienciación y ruptura para cumplir con la agenda

Según la directora de REDS, para la consecución de los 17 ODS, es imprescindible contar con cómplices que se sumen a la lucha. Para ello, **no solo es necesario dar a conocer la agenda ante los empresarios, sino también ante la sociedad**. *“Medir la realidad y tener indicadores de la evolución, llegar a sectores que, en teoría, no son catalizadores de la agenda, y que los medios de comunicación nos ayuden a difundir los objetivos de una forma positiva es básico para concienciar a la población y revertir el desconocimiento que se tiene sobre los ODS”,* ha explicado.

Sobre todo, según ha insistido, porque **romper con las costuras de la forma tradicional de trabajar debe ir de la mano de la concienciación**. No sirve de nada mantener estructuras de hace años cuando la sociedad y el planeta demandan novedad. ¿Cómo conseguirlo? Encontrando *“mecanismos flexibles que permitan la innovación”* y aunando el trabajo de sectores diferenciados bajo los mismos proyectos.

*“Por primera vez hay una convicción compartida de que el camino conjunto y sostenible es la senda que debemos seguir para el futuro. La ‘Agenda 2030’ es una hoja de ruta con vocación de mayorías y que fomenta la complicidad. Solo así conseguiremos **generar las alianzas necesarias para lograr los objetivos y revertir los beneficios en la sociedad y en el planeta**”,* ha concluido Pajín.

Sobre Mediapost

Mediapost es la compañía especializada en Marketing Relacional que ayuda a las empresas a crear y mantener relaciones comerciales responsables y sostenibles con sus clientes a través de sus cinco unidades de negocio Quantic, Galanta, Vócex, Geobuzón y Directia, y mediante soluciones personalizadas que se apoyan en el conocimiento, la innovación, la empatía, el compromiso y la transparencia.

Para más información:

Mediapost
Irene Cubas
682 612 979

Irene.cubas@mediapost.es

Trescom Comunicación
Florita Vallcaneras/Ana Vázquez
91 411 92 90/645 41 92 90

florita.vallcaneras@trescom.es/ana.vazquez@trescom.es