

Estás en: Inicio > Noticias > Alexandre Mac Dowell: "Hay que mejorar al profes...



Alexandre Mac Dowell: "Hay que mejorar al profesional que está detrás de estos procesos"

Tiene 17 años de experiencia en el ámbito de la sustentabilidad y este jueves 30 será uno de los invitados de un desayuno de Pacto Global en el hotel Intercontinental.

29 mayo, 2013

Escrito por: G.B.M.

NOTICIAS 4

Alexandre Mac Dowell lleva 17 años trabajando en el ámbito de la sustentabilidad. Como consultor, como ejecutivo. En empresas grandes o pequeñas, con y sin fines de lucro. Y ahora también como líder de organizaciones que buscan profundizar el cambio de paradigma que supone la sustentabilidad para el mundo de los negocios. Conethics y la Asociación Brasileña de Profesionales por la Sustentabilidad, Abraps.

Para contar parte del trabajo que desarrolla en Brasil, MacDowell participará este jueves como el invitado internacional del desayuno "Escenario actual de las políticas medioambientales de países de América Latina posterior al Protocolo de Kioto", que organiza Pacto Global en el hotel Intercontinental.

-¿En qué consiste Conethics? ¿Qué trabajo hacen y para qué empresas?

Conethics es una empresa de consultoría, posicionada para proporcionar soluciones innovadoras para la gestión de la sostenibilidad. Los principales clientes son del Sebrae, la principal institución brasileña para apoyar y promover el espíritu empresarial y la Micro y Pequeña Empresa. Estamos trabajando con una fuerte promoción de los conceptos y prácticas sustentables para este tipo de empresas, uniendo el enfoque de la innovación y la competitividad. El objetivo es promover la incorporación de la sostenibilidad en las MYPE a través de una herramienta de auto-diagnóstico simple y coherente con la posibilidad de la incorporación efectiva de esta práctica en empresas de este tamaño (todo lo que se diga o haga en la sostenibilidad en general es algo "complejo" para el perfil de estas empresas).

Y en el otro extremo, estamos empezando a trabajar para el Sebrae, para que incorpore una práctica sistemática de la contratación sostenible a lo largo de su cadena de suministro. Conethics es también un proyecto que promete ofrecer una solución innovadora para la gestión de la sostenibilidad y la relación con las partes interesadas y las empresas en la cadena de valor.

-Usted también participa de ABRAPS, que reúne a los profesionales brasileños por la sustentabilidad. ¿De qué se trata esa asociación?

Soy el vicepresidente ejecutivo de Abraps, una organización sin fines de lucro que tiene como objetivo contribuir al movimiento de la sostenibilidad desde el fortalecimiento de la acción de los profesionales que están directamente involucrados en estos procesos, ya sea dentro de las empresas (públicas o privadas), en las organizaciones no lucrativas, de consultoría o de la universidad. Entre sus objetivos se encuentran promover acciones que persiguen el desarrollo sostenible; representar formalmente a profesionales en la defensa de sus intereses, por lo que la actividad legal es reconocida en la sociedad; articular y movilizar a los profesionales dedicados al tema en la sociedad. Y compartir, promover y desarrollar el conocimiento.

-¿Por qué es necesario que los profesionales interesados en temas de sustentabilidad estén organizados en una agrupación?

El movimiento por la sostenibilidad se está expandiendo. Es una tendencia de no retorno y las organizaciones están aprendiendo cada vez más para hacer frente a este problema. Ellas necesitan incorporar nuevos conceptos y prácticas y madurar los procesos de gestión. Naturalmente, surgen en este contexto una serie de requerimientos y nuevos requisitos de habilidades. (Certificaciones, leyes, reglamentos, informes y nuevas y diferentes demandas de diferentes grupos de interés). Las organizaciones entonces necesitan habilidades que tienen que ser tratadas con seriedad y profesionalismo. Por lo tanto, están surgiendo y creciendo en número e influencia de una serie de nuevos cargos, funciones o tareas. En el proceso de fortalecimiento del movimiento por la sostenibilidad creemos que también es necesario mejorar al profesional que está detrás de estos procesos en las instituciones (públicas, privadas o sin fines de lucro), además de los que están en organizaciones que apoyan estos movimientos, ya sea en consultoría o desde la universidad. Es necesario apoyar la creación y la difusión de estos conocimientos y el fortalecimiento de este profesional para que la acción de las organizaciones sea cada vez más consistente.

Además, en un espacio independiente como Abraps surgen oportunidades para la discusión de temas o cuestiones que no siempre encuentran espacio en los ambientes institucionales.

-Hoy se está redefiniendo la manera cómo el mundo va a seguir avanzando en los negocios en los próximos años. ¿Qué tan influyente cree que serán las voces de las personas comunes y corrientes en este proceso de cambios?

Los ciudadanos serán cada vez más influyente en este movimiento. Una serie de cambios en las relaciones sociales se están llevando a cabo con velocidad acelerada e impacto creciente. La tecnología de la información, internet, las redes sociales están cambiando la relación de los ciudadanos y consumidores con empresas, gobiernos e instituciones en general. Una de las cuestiones clave en la incorporación de prácticas de sostenibilidad es la participación de los interesados, es decir, la integración de estos grupos de interés en la estrategia de la empresa. Esto ocurre no sólo motivado por la ideología, sino por argumentos pragmáticos. Y se asocia con la manera en que manejamos los negocios, especialmente en vista de los riesgos. Esta visión comienza a emerger con fuerza en otras áreas de negocio de la compañía. La definición misma de la sociedad americana de marketing incluye a otros públicos de interés, además de los consumidores, en la definición de marketing.

Todo este movimiento, la demanda por transparencia, acceso a la información, las nuevas prácticas de gestión, herramientas que den cuentas (informes, sitios web etc), e incluso los nuevos formatos en los que se presenta información, contribuyen a cambiar el modelo de relaciones y educar el ciudadano consumidor. Y darle las herramientas para la participación, el monitoreo e incluso para hacer cumplir los cambios o compromisos necesarios.

Por supuesto que todavía hay mucho margen para avanzar en esta dirección. Y aunque nos gustaría que estos efectos sean aún más fuertes y más rápidos, los cambios están sucediendo.

Y yo creo que es muy poco probable que exista desaceleración en este proceso.