

Larissa Yllada: «Empresas ponen en juego su reputación si no apuestan por responsabilidad social»

¿Qué tan importante es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para la compañía?

Para **Diageo**, como empresa de consumo masivo, la **Responsabilidad Social Empresarial** (RSE) es parte intrínseca del negocio y de su estrategia.

No solo consideramos importante llegar a las cifras comerciales, sino tener programas que alcancen objetivos beneficiosos para la sociedad. Es en este contexto, que como compañía, lanzamos **“Diageo en Sociedad 2030: Espíritu de Progreso”**, nuestro plan de acción a 10 años para ayudar a crear un mundo más inclusivo y sustentable.

Al ser Diageo una empresa que produce y comercializa bebidas alcohólicas, ¿no es contradictorio que trabajen en RSE?

No, todas las industrias tenemos la responsabilidad de unirnos a los compromisos globales que la **ONU** propone bajo el marco de acción de los objetivos de desarrollo sostenible. Por eso hemos diseñado una estrategia en base a pilares en los que nosotros sabemos que tenemos un gran rango de acción para contribuir. Creemos firmemente que consumir de manera responsable puede ser parte de un estilo de vida saludable, y esto es lo que tratamos de promover.

Tras la pandemia, ¿la empresa ha cambiado el enfoque o la

manera de trabajar en RSE?

No ha cambiado. En mi opinión, se ha organizado. Es que si bien la empresa siempre ha tenido una plataforma de **Responsabilidad Social Empresarial**, y ha desarrollado iniciativas y acciones al respecto, no contaba con una línea clara a nivel global, porque cada mercado definía su manera de trabajar en el tema.

Entonces, **Diageo** decidió globalmente definir esta estrategia, para que cada mercado viera dónde podía tener la mayor transformación. De esta manera se trabaja en plataformas y acciones en las cuales nosotros de verdad tenemos una responsabilidad.

Así, la compañía tiene 25 prioridades definidas a nivel mundial, organizadas en tres pilares. El primero es el consumo positivo, es decir, el consumo responsable. El segundo es ser pioneros en inclusión y diversidad. Y el tercero es la sustentabilidad, enfocada en la parte productiva.

¿Es rentable para ustedes, y para las empresas en general, el invertir en RSE?

Sí, por supuesto. Invertir en **Responsabilidad Social Empresarial** no solo significa aportar en la sociedad y darle sostenibilidad en el largo plazo, sino contribuir con su desarrollo. Las compañías deben tener en cuenta de que si el país se encuentra bien, las empresas, en general, también lo estarán. En los países de Latinoamérica siempre hay muchas carencias y diferencias económicas. Por este motivo, las compañías deben contribuir con su parte y asumir esta responsabilidad conjunta. En esa línea, es importante invertir

en temas como educación y empleabilidad.

Entonces, ¿es vital que las empresas locales apuesten por la RSE?

Debido a que el consumidor es más consciente de cómo las compañías apoyan a la sociedad, es vital que estas sigan apostando en los próximos años por invertir y trabajar en este tema.

Esto va desde el producto que ofrecen, al lograr que sea más ecológico, genere menos residuos o aporte más al reciclaje, hasta ver cómo a nivel de empresa aportan a la sociedad.

Para mí, la **Responsabilidad Social Empresarial** es un tema obligatorio que debe estar en la agenda de todas las empresas. Si no lo hacen, ponen en juego su reputación y el cariño que el consumidor les tiene.

¿En qué programas de RSE trabaja Diageo en el país?

En el caso del Perú, donde somos importadores y distribuidores, nos enfocamos en inclusión y diversidad, y en consumo positivo. Así, tenemos dos programas, **“Smashed”** y **“Learning for Life”**.

¿En qué consisten estos programas?

“Smashed” se enfoca en la educación y prevención del consumo de alcohol en menores de edad. A través de obras de teatro se concientiza a jóvenes de escuelas públicas sobre los efectos

de tomar a edad temprana. Con esta plataforma ya se ha llegado a más de 60.000 estudiantes. En cuanto a **“Learning for Life”**, es un programa que trabajamos de la mano con la Fundación Pachacútec. Brinda educación a personas que quieran trabajar en el rubro de coctelería, con el fin de generar empleo formal. Desde el 2016, cuando se lanzó este programa, ya tenemos 500 graduados.

¿Qué porcentaje del presupuesto anual invierte la compañía en RSE?

Este presupuesto ha ido aumentando en los últimos años, considerando que anualmente nuestros objetivos y targets a alcanzar con nuestros programas son mayores. También, por ejemplo, tenemos la campaña “Derribando mitos” con **Latina Televisión** y empresas de destilados, como **Pernod Ricard** y **Campari**, para educar a la población sobre el consumo de alcohol. Al usar un medio masivo, es mayor la inversión, pero logramos un mejor alcance en la población.

Lea También:

Thomas Duncan: “La meta de la CCL es lograr la cuarta huella de carbono”

Thomas Duncan: «La meta de la CCL es lograr la cuarta huella de carbono» – La Cámara (lacamara.pe)

La responsabilidad social empresarial en

educación

La responsabilidad social empresarial en educación – La Cámara
(lacamara.pe)