Empresas con Compromiso Social en Latinoamerica

domingo, 15 de junio de 2003

Revista Latin Trade
Mayo 2003, VOL. 11 Nº 5

En 2002, el gobierno colombiano pidió a las compañías que ayudaran a los dos millones de desplazados por la guerra civil a reincorporarse a la sociedad.
Microsoft Colombia aceptó la invitación, pero con un nuevo giro. La mayor compañía de software del mundo ofreció un programa de capacitación de seis meses en Windows y varios programas de Microsoft, así como pasantías y, en algunos casos, ofertas de empleo.

Ver imagen de encuesta

Hasta el momento, un total de 200 personas, en general "gente que jamás había visto una computadora en su vida", se han graduado en el programa, dice Santiago Ocampo, portavoz de Microsoft Colombia. Ocampo afirma que el gobierno ejerce una gran influencia sobre las compañías para que actúen con responsabilidad y participen en proyectos comunitarios en Colombia. "El gobierno jala a las empresas de la mano para que participen, y lo hacen", afirma.

En América Latina, el sector empresarial siempre ha colaborado con labores sociales, pero ahora se remanga la camisa y trabaja con los gobiernos y líderes comunitarios en la creación de programas sociales más eficaces. La participación directa ya ha comenzado a reemplazar a las donaciones, que han sido el método tradicional de ayuda. Las compañías se están integrando más a las actividades locales.

Para identificar las Empresas Más Admiradas de América Latina, Latin Trade trabajó con organizaciones de responsabilidad social de la región para hacer una Encuesta de Valores Empresariales que mide lo que hacen las compañías para ayudar a la sociedad. El cuestionario, dividido en cinco partes, contenía preguntas sobre valores empresariales, prácticas éticas, impacto en la comunidad e imagen empresarial, así como una sección sobre la situación financiera para determinar la envergadura y la salud económica de las firmas.

Cuarenta compañías respondieron a la encuesta, y muchas entregaron información adicional sobre sus programas más importantes. Las actividades abarcan desde donación de alimentos a instituciones benéficas hasta instalación de tecnología en zonas rurales. Nuestros editores, junto con Forum Empresa, organización regional de responsabilidad social, seleccionó a las compañías con la mayor puntuación y las ideas más innovadoras como la lista de las Empresas Más Admiradas de América Latina de este año.

Lazos escolares. Ford Motor Company en México y Banco Itaú, de Brasil, trabajan con programas estatales y se esfuerzan por aumentar la eficacia de las instituciones. Por ejemplo, la filial mexicana de Ford y el gobierno han trabajado juntos durante 37 años para mejorar el acceso a la educación. La compañía ha construido casi 200 escuelas en el país. Hace un par de años, Ford cambió de estrategia: en vez de limitarse a construir escuelas, se dedicó a mejorar las normas educativas.

Conjuntamente con el gobierno, la compañía sugirió cambios estructurales a los programas escolares y a fines de 2002 había equipado con computadoras más de un tercio de las escuelas patrocinadas por Ford. En alianza con la Universidad Anáhuac, de México, creó dos programas para ayudar a los

maestros y administradores escolares en materia de planificación y educación tecnológica. El fabricante de autos y el gobierno también dictaron clases a 7,000 padres para enseñarlos a ayudar a sus hijos con las tareas y en la escuela.

Banco Itaú, que ha dirigido la mayor parte de sus acciones sociales a la enseñanza primaria, se asoció con el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) para lanzar el Proyecto Raíces y Alas, que es un conjunto de materiales para los maestros de las escuelas públicas brasileñas que se concentra en responder interrogantes pedagógicas y administrativas , con un video de ejemplos prácticos y un libro sobre cómo se han logrado los cambios en la enseñanza.

Con el apoyo del Ministerio de Educación de Brasil, se distribuyeron unos 50,000 juegos de materiales en todo el país, y en São Paulo el proyecto se usa para evaluar a las personas que solicitan empleo de maestros o administradores escolares.

Philips do Brasil enseña a cuidar el medio ambiente. La filial brasileña de la compañía holandesa de productos electrónicos distribuye un juego de materiales de aprendizaje llamado Amazônia a 18,000 escuelas públicas, con información sobre la ecología del país y cómo preservar el entorno.

Esta herramienta pedagógica sólo es una parte de las tareas ambientalistas de Philips: la compañía publicó la primera serie de guías de ecoturismo en Brasil para promover los parques nacionales, con datos sobre la biodiversidad de cada región y recomendaciones a los viajeros. A diferencia de los aportes sociales de muchas compañías, Philips vende las guías e reinvierte las ganancias en nuevas guías que distribuye en los parques nacionales de Brasil.

Bienestar social. El Banco Nacional de México (Banamex), filial de Citigroup, promueve el bienestar social. Desde mediados de la década de 1990, el banco ha canalizado fondos a comunidades pobres a través del Fondo de Desarrollo Social de Banamex. Recientemente, el principal banco de México creó el Fondo Acción con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Este fondo presta dinero a los pequeños negocios para que adquieran tecnologías nuevas e identifiquen mercados especiales.

“El sistema bancario [de México] no ha tenido un papel fuerte en el mercado de los pequeños productores”, explica Adalberto Méndez Alfaro, director del Fondo Acción de Banamex. “El fondo tenía como propósito crear fuentes alternativas de recursos para grupos de bajos ingresos”.

Desde 2001, el fondo ha otorgado préstamos agrícolas a más de 28,000 campesinos, que representan aproximadamente el 60% de la producción de café orgánico de México, señala Méndez Alfaro.

IBM también explota su campo de conocimientos, pero en una forma singular: tendiendo un puente entre la cultura latinoamericana y la mundial. Su programa Acceso Cultural, creado a fines de los años 90, usó quioscos de Internet para interconectar ocho museos en Argentina, Brasil, Colombia y Perú, y también para ofrecer acceso al museo Hermitage, en Rusia, que cuenta con una de las mejores colecciones de arte de Europa Occidental en todo el mundo. La idea de la interconectividad dio lugar a la creación en el año 2000 del programa TryScience, un museo virtual de ciencia y tecnología para niños.

El programa creó quioscos de Internet que conectan más de 400 centros científicos internacionales. Hasta ahora, IBM ha conectado tres museos del niño en América Latina: el Ecocentro en Argentina, el Maloka en Colombia y el Museo Papalote en México. La compañía planea conectar 15 museos más en América Latina para fines de 2003.

Semillas de cambio. Las grandes compañías han dominado casi toda la responsabilidad social

empresarial en América Latina, debido en gran medida a que son las que tienen los recursos suficientes. Pero las grandes empresas llevan una ventaja mínima a las menores en materias como el establecimiento de códigos apropiados de conducta empresarial y en la promoción de una imagen positiva, según la Encuesta de Valores Empresariales de Latin Trade. Las compañías pequeñas y medianas están detrás de las grandes en participación en la comunidad e inversiones sociales.

“Las más pequeñas no tienen recursos o gente suficientes para hacerlo”, explica Maia Seeger, directora de proyectos en Forum Empresa, una asociación regional de organizaciones no gubernamentales que promueven la responsabilidad social empresarial. “Lo que se ha visto es que las multinacionales son las precursoras y estamos tratando de integrar a las más pequeñas”.

Aunque las empresas participan en actividades benéficas en América Latina desde hace mucho tiempo, la idea de la participación comunitaria por parte del empresariado es un fenómeno más reciente. En algunos casos, comenzó con iniciativas concebidas en el país y en otros se importó.

En Brasil, líder indiscutido de la región en materia de responsabilidad social, Oded Grajew creó el Instituto Ethos en 1998, después de viajar por Europa y Estados Unidos y ver la forma en que las empresas participaban en obras comunitarias.

El Instituto Ethos está entre los pioneros del movimiento de responsabilidad social en Latinoamérica y sigue creciendo. A fines de 2001 informó un incremento del 68% en el número de compañías que participan en su autoevaluación de responsabilidad social empresarial, y ahora tiene 727 integrantes.

“Brasil es el más desarrollado de todos los países [latinoamericanos]”, dice Seeger. Sin embargo, Brasil no es el único país donde las empresas ayudan a las comunidades. En Chile, El Salvador y México, entre otros, existen organizaciones no gubernamentales activas que promueven y facilitan el nuevo concepto de acción social. Algunos países aún no han oficializado un sistema para supervisar y guiar las actividades empresariales en sus comunidades. Entonces, ¿cómo se puede medir el efecto de la responsabilidad social?

Según Valdemar de Oliveira Neto, director ejecutivo del Instituto Ethos, la responsabilidad social no se puede determinar inmediatamente. En la mayoría de los casos, el efecto de una compañía en la comunidad no es visible hasta que pasa mucho tiempo. Lo único que se puede medir, afirma, es el esfuerzo que hacen las empresas para instituir cambios, en vez de limitarse a ayudar. No obstante, los beneficios son de doble vía: las compañías pueden hacer cambios importantes en la comunidad, mientras los consumidores y los inversionistas confían más en las empresas al ver el lado más humano de una máquina de ganar dinero.

BANAMEX

El Banco Nacional de México (Banamex), adquirido por Citigroup en 2001, se ha concentrado en ofrecer recursos a negocios pequeños, antes prácticamente ignorados por el sistema bancario mexicano. Con la ayuda del Banco Interamericano de Desarrollo, el banco mexicano creó el Fondo Acción para otorgar crédito a pequeños agricultores. El banco capacita a los campesinos a usar nuevos equipos y métodos de agricultura sustentable, como el cultivo orgánico. El fondo de Banamex ha concedido préstamos a más de 28,000 agricultores desde 2001.

FORD MÉXICO

Ford Motor Company ha construido y donado 198 escuelas al gobierno mexicano, sobre todo en zonas donde operan Ford y sus distribuidores. Desde que el programa comenzó en 1966, más de 1.5 millones de mexicanos han pasado por aulas de las escuelas de Ford. En 1998, la compañía reestructuró el programa y añadió proyectos para mejorar la calidad de la educación. Muchas escuelas

recibieron computadoras y los maestros recibieron capacitación pedagógica. Se enseñó a los padres a ayudar a los niños con las tareas.

IBM LATIN AMERICA
IBM Latin America usa la tecnología para crear programas que fomentan la cultura en la región. Hace cuatro años, IBM conectó ocho museos nacionales en América Latina y el Hermitage en San Petersburgo, Rusia. Un proyecto denominado TryScience.org, un museo virtual de ciencia, tecnología e interconectividad para niños, es una colaboración con el Hall of Science de Nueva York, y se basa en quioscos que ofrecen una ventana electrónica a otros museos del niño: el Ecocentro de Argentina, el Maloka de Colombia y el Papalote de México.

BANCO ITAÚ
Banco Itaú, el segundo mayor banco privado de Brasil, ha creado alianzas con grupos como el UNICEF para ofrecer diversos programas educativos, dirigidos sobre todo a escuelas primarias. Su proyecto Raíces y Alas ha llegado a ser la principal fuente de información para resolver problemas escolares que enfrentan maestros y autoridades educativas. Aproximadamente 50,000 juegos de materiales de Raíces y Alas, con videos y libros, se han distribuido en escuelas privadas de Brasil desde 1995. Se lanzará una nueva edición en 2003.

MICROSOFT COLOMBIA
La misión de Microsoft de “desarrollar el potencial” proporciona recursos tecnológicos a personas de bajos ingresos. En los últimos diez años, Microsoft Colombia ha donado aproximadamente US$11 millones a esos programas. En mayo de 2002, la compañía se asoció con el gobierno colombiano para crear la Red de Solidaridad Social, que ofrece a desplazados por la guerra civil capacitación en computadoras para conseguir empleo. Microsoft Colombia donó US$75,000, además de programas y equipos. También ofreció pasantías.

PHILIPS BRASIL
Philips do Brasil creó EcoVision para fomentar la preservación del medio ambiente y la biodiversidad en Brasil. Sus juegos de aprendizaje Amazônia para niños se han distribuido en 18,000 escuelas públicas, con vistas a instruir a los menores sobre la ecología. Philips también publicó y vendió la primera serie de guías de ecoturismo sobre los parques nacionales del país. Las ganancias de estas guías se usan para imprimir folletos informativos que se distribuyen en esos parques, con información sobre la biodiversidad de cada región y recomendaciones para viajeros.