

Latinoamérica a la vanguardia de la Responsabilidad Social Empresarial

Por **Sala de Redacción** - 05/09/2022



Foto IUGT

Conversamos con el [Dr. Vladimir Petit Medina](#), director general del Instituto Universitario de Gerencia y Tecnología **IUGT Internacional** una organización latinoamericana que tiene un récord envidiable: ha capacitado más de **70.000 latinoamericanos** dentro de planes de RSE en todo el continente.

“En este campo hemos sido pioneros en LATAM y la vanguardia de RSE continental. Nadie nos puede discutir ese récord ni la satisfacción de haber contribuido a ello. Hoy muchos hablan de RSE con profundo desconocimiento de lo que hablan” aseguró el Dr. Petit.

Por eso, el Dr. Vladimir hace un importante repaso en la historia a través de 6 casos y sus lecciones:



Dr. Vladimir Petit Medina, director general del IUGT Internacional

El inicio

Todo comenzó en medio de la desigualdad latinoamericana con pura filantropía: té canastas y donaciones de las damas encopetadas de entonces, a los cuales unos marketeros primitivos le sacaban provecho. A pesar de ello, se extrae **una primera lección**: estas acciones no aportaban mucho porque después de ellas nada quedaba o se mantenía. Quedó entonces claro que sin cambio cultural...no había sostenibilidad.

A pesar de la dura lección, durante los 80 ´s se multiplicaron estas acciones pero ya despuntaba la inversión social como obligación del Estado en el marco de la idea renovada del Estado de Bienestar Social...eficiente y solidario. De allí...arranca el salto a ideas realmente de RSE.

Por otra parte, en sus inicios, la RS parte con un enfoque hacia adentro: ayudar a los trabajadores propios y sus relacionados y luego progresivamente se desborda hacia afuera de las organizaciones. Unos ejemplos notables permiten comprender mejor el asunto.

RSE comenzando por la dimensión interna: Eugenio Mendoza

En Caracas, en los 60 ´s y 70 ´s destacaba Eugenio Mendoza Goiticoa, un hombre humilde que a punta de trabajo había logrado tener ferretería, empresa de casas prefabricadas, banco comercial, constructora, ensambladora automotriz, beneficiadora de pollos etc. Un día anunció que todos sus trabajadores tendrían derechos más allá de los dispuestos en la ley del trabajo e incluso, tendrían acceso a casa propia: sencillo, la constructora urbanizaría, la ferretería vendería los materiales para construir, la empresa de prefabricados armaría las casas, su banco las financiaría y las distintas empresas cobrarían las cuotas de los pagos mensuales y de sus acciones porque convirtió a sus trabajadores en accionistas de parte importante de las empresas.

Entonces...todos felices. Igual hizo con el tema de los vehículos. Genial! Cuando Eugenio Mendoza murió...la muestra de dolor general fue mayor que con la muerte de cualquier político venezolano...y pues claro, moría un precursor del pensamiento moderno que creía que ...” las dos actividades fundamentales del empresariado moderno son: 1. En cumplimiento de su misión específica, trabajar por el éxito de su empresa lo cual contribuirá a crear fuentes de trabajo, de riqueza y bienestar. Y 2. Responsabilidad ante los problemas socioeconómicos de la comunidad” (Manuel Acedo Mendoza, 1974:87). Entonces, extraigamos **una segunda lección:** Don Eugenio había enseñado sin complejos que era posible hacer el bien a los trabajadores propios y que ello no significase una pérdida...así, la RS dejó de ser vista como un gasto a fondo perdido. Y además, todo esto le permitió tener una capacidad de convocatoria fenomenal. Sin embargo, lo grande de Don Eugenio es que también se destacó en la dimensión externa: el hospital ortopédico infantil, la universidad metropolitana, el centro médico docente, el dividendo voluntario para la comunidad etc etc. Un hombre sin igual adelantado a su tiempo.

RSE en dimensión externa: el Diario La Nación y Red Solidaria

Comenzando los 2000 ´s el Diario La Nación de Argentina sufría una baja en la venta de avisos y el inicio de la declinación de su circulación. Un emprendedor social, Juan Carr, les convenció de publicar clasificados sociales: desplegados que servirían para conectar a quien podía donar algo con aquel que lo necesitara. Con el tiempo, La Nación llegó a triplicar su tiraje gracias a esos anuncios sociales. Y Juan Carr terminó nominado al Premio Nóbel de La Paz. Entonces, **una tercera lección:** el hallazgo de Don Eugenio también aplicaba a la base de la pirámide independientemente de que los beneficiarios no tuviesen nada que ver con los trabajadores propios. Y además, pronto se toparon con la enorme repercusión social de ese tipo de acciones. Tu sabes lo que es lograr la postulación a un premio Nóbel?

Ahora el sector público, desde arriba: CAF

En 2009, CAF Banco de Desarrollo de América Latina, demostró que si las multilaterales no humanitarias hacían RSE...no era lógico que el sector público propio de cada país...no las hiciera. En esa década, el BID daba pasos tímidos en esta dirección e irrumpió en escena una CAF agresiva. La señora Elvira Lupo de Velarde, un boliviana de mano férrea, y su equipo coordinado por Gloria Betancourt, realizaron una obra fantástica desplegando programas de formación a líderes comunales y de capacitación a maestros en lo referente a mapas mentales y cerebrales. En consecuencia, **una cuarta lección:** a partir de ese momento nadie del sector público, nacional o continental, tendría excusas para no hacer RSE. Fue un cambio de juego fenomenal!

Un capitán de empresa da un paso al frente: Escotet

Hace 14 años, un joven capitán de empresa quiso honrar un compromiso muy íntimo: Juan Carlos Escotet había creado una eficiente organización financiera a partir de una idea que abrazaba desde niño y que era su propio emprendimiento. Como lo relata su hijo, Carlos Alberto, otro capitán de empresa, su padre sólo tenía un Volkswagen y un sueño: tener un Banco para el cual ya había diseñado incluso su logotipo. Una vez concretado el sueño y sin que nadie se lo pidiera, Escotet Padre se autoimpuso ser parte de la Fundación para la excelencia educativa y otras ONG ´, para emprender una causa de fe: desarrollar la más agresiva política de RSE en el continente que además le llevará a convertir a Banesco en empresa socialmente responsable. Arrancó entonces, con una RSE de perspectiva extendida que conllevaba una nueva ética: la práctica responsable de la ciudadanía corporativa. Aquí nunca hubo pose o simulación, hasta el punto que convenció a toda su directiva de llevarse a un niño de los de FUNDANA a casa durante cada navidad! Y se abrazó a las tesis de Yunus y Prahalad convencido desde entonces de lo que ahora se convencieron importantes centros de

pensamiento: el futuro de la economía mundial está en la creación de una maraña inextricable de emprendimientos populares. Así comenzó el Programa de Formación de Emprendedores Banesco. En aquel momento sus instrucciones fueron claras:

1. Aportar y donar no era suficiente, era necesario protagonizar y tener un programa propio, parte de la marca Banesco, que hiciera historia organizacional y dedicado a eso;
2. Ayudar a quienes hacen grandes a nuestros países pero quienes también podían ser grandes clientes. Así, se apuntó a grandes mercados, a posicionar la marca a niveles populares, a correr sobre la percepción general y lograr impacto social y competitividad, asegurando una clara penetración popular. Su grandeza es que no limitó la ayuda solo al potencial cliente sino a las grandes mayorías a manera de contribución con el futuro de cada país donde opera la organización.
3. Generar ventajas competitivas: un sello distintivo que fuera recogido por las encuestas y mantenido a largo plazo. Así el emprendimiento popular y el cambio cultural irían agarrados de la mano y señalando el camino. Y con una visión inusual apuntó a grandes números: inicialmente retó a formar 50.000 emprendedores populares en 5 años. Hoy son más de 90.000 en 3 países. Ahora, este compromiso habla bien de quién? De una familia comprometida hasta los tuétanos con un plan bien llevado.

Pero...¿ha sido fácil? ¡No! Ha habido incompreensión de distintos sectores desde el inicio, incluso internos. Pero esta gente se impuso por encima de los que nunca han creído en las posibilidades de los sectores populares, pasaron por encima de quienes creen que el emprendimiento y su promoción es lo moderno. No..no ha sido fácil y por eso la **quinta lección** es que no es suficiente tener un plan o surfear una ola. No. Hay que tener compromiso de verdad, acerado por la determinación y probado aún en tiempos difíciles. Es un compromiso en buenos y malos tiempos por igual y la constancia tiene premio.

Los migrantes dan la campanada

Del 2010 en adelante, el mundo asiste a la profundización de un proceso doloroso: los conflictos en distintos países imponen migraciones nunca antes vistas. LATAM pasa a ser sacudida por estas oleadas. Y como producto de este fenómeno, sucede algo inusual: la sociedad civil migrante y ya establecida en las comunidades de acogida es la que más se acerca a ayudar a sus propios migrantes y las ONG´s y multilaterales comprometidas en ayudar a esos migrantes hacen alianzas con esa sociedad civil. Un gesto de solidaridad humanitaria no vista, un verdadero círculo virtuoso. Quien no me crea que busque casos similares de migraciones en otros continentes. No conseguirá que la sociedad civil migrante originaria de un país es la que primero se organiza para ayudar a sus connacionales migrantes. Esto es un caso singular que merece nuestro aplauso y nos da **una sexta lección**: nadie comprende mejor la necesidad y el tipo de ayuda que debe recibir un migrante que otro migrante y, a la vez, nadie puede incentivar mejor a un migrante que la historia de éxito de otro, o sea, nadie comprende mejor al beneficiario de una política de RSE que quien ha vivido su misma experiencia. Nada más poderoso que eso.

La nueva ola

Los tiempos nuevos son interesantes.

Hoy en día se tiende a reportes de sostenibilidad más que a certificaciones. Lo cual responde a la tendencia a considerar las RSE como un eje transversal en las acciones organizacionales. También se tiende a considerar al cliente que es parte del mercado-meta de las actividades naturales de la

organización como un *stakeholder*. Es decir, los *shareholders* ahora toman seriamente en cuenta a todos los *stakeholders*.

Pero la PostPandemia, o sea, este tiempo de conflictos sociales abiertos y sucesivos, ha obligado a la concentración en *issues* relevantes, tales como la inclusión social, educación, medio ambiente. Todo ello implica un reto para las ONG´s y multilaterales abocadas a este tipo de políticas: la necesidad de mayor eficiencia y mejor capacidad de respuesta. Por otro lado, obliga a los capitanes de empresa a dar verdadera prueba de su compromiso con la idea de empresas socialmente responsables.

Esta es la verdadera historia a través de sus lecciones identificables y que ponen a LATAM al frente de la innovación en RSE...y llena de orgullo a quienes hemos sido pioneros en el trabajo más hermoso imaginable y protagonistas de grandes compromisos para hacer el bien.

Comments

comments

Sala de Redacción