

“Crecer sin repartir beneficios no mejora la situación social”

ENTREVISTA ODED GRAJEW PRESIDENTE DEL INSTITUTO ETHOS, EX ASESOR DE LULA DA SILVA

El principal referente del movimiento brasileño por la responsabilidad social advierte que el gobierno de Lula no ha logrado aún atender las inmensas expectativas que abonó durante la campaña

Por JUAN CARLOS RAFFO de la Redacción de El Observador

Usted es amigo personal del presidente Lula Da Silva y actuó hasta hace poco como asesor.

Sí, lo asesoré en la relación del gobierno con la sociedad civil, especialmente con el sector empresarial, volcado básicamente hacia cuestiones sociales.

¿Qué evaluación hace del desempeño de la administración Lula en materia de desarrollo social?

El gobierno de Lula, como el de muchos países de América Latina, tiene recursos bastante limitados por las obligaciones generadas por la deuda del Estado brasileño. La recaudación impositiva del gobierno federal representa 36% del producto bruto interno, pero un tercio de esa suma se destina al pago de intereses de deuda, por lo cual los recursos son limitados. Este no es un problema exclusivamente brasileño, sino de muchos países de la región. La expectativa social sobre el gobierno de Lula era mayor que la que se tenía sobre otros gobernantes latinoamericanos.

Al asumir como presidente (hace 18 meses) las expectativas eran muy grandes, pero el gobierno no consiguió atenderlas por sus limitaciones de recursos. El gobierno tiene su responsabilidad, ya que durante la campaña electoral creó las mencionadas expectativas. Pero también hay que tener en cuenta que el primer año de gobierno fue muy difícil para ganar credibilidad y poner la casa en orden con un crecimiento muy pequeño de la economía y, por ende, del empleo. Eso ahora está mejorando con un crecimiento del empleo formal en el primer semestre récord desde 1992.

Y en materia social el gobierno unificó en un solo programa todas sus acciones de modo de evitar dispersión y pérdidas de recursos; hoy el plan atiende a 15 millones de personas y la promesa del gobierno brasileño es alcanzar a 50 millones, que son todos los brasileños que viven debajo de la línea de pobreza. Si esto sucede sería algo muy positivo, pero también se necesita que crezca la economía y el empleo, algo que va a depender mucho de la actuación del gobierno, así como de la coyuntura internacional.

El gobierno se ha dedicado a ordenar las cuentas y a fomentar el crecimiento, antes que a atender demandas sociales ¿el crecimiento económico asegura el desarrollo social?

No, no necesariamente. Brasil creció mucho en las décadas de 1960 y 1970 y no distribuyó los beneficios de ese crecimiento. Apenas crecer y no distribuir los beneficios no va a mejorar la situación social. El de Brasil es un

ejemplo concreto: creció mucho en el siglo pasado, pero permaneció como el campeón mundial de la desigualdad social.

¿Cómo se dio en Brasil el pasaje de la filantropía hacia la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

Fue un proceso que se dio después de la dictadura militar (1964-1985), a mediados de la década de 1980; los empresarios comenzaron a preocuparse por las cuestiones sociales del país y surgió un movimiento que promovió la filantropía. Eso fue una gran novedad en los finales de la década de 1980, momento hasta el cual no existía esa actividad empresarial, que se convirtió en un movimiento creciente de inversión social. En realidad el pasaje de la filantropía hacia la responsabilidad social empresarial se dio prácticamente debido al surgimiento del Instituto Ethos.

¿Cuándo inició sus actividades el Instituto?

En julio de 1998, cuando no existía ni el concepto ni la palabra Responsabilidad Social; se hablaba de inversión social, de filantropía, pero no de responsabilidad social. Y el Instituto surgió con la misión de implementar la cultura de la responsabilidad social, para lo cual fue decisivo la instalación en Brasil de una entidad como Ethos.

¿Cuáles fueron las trabas iniciales que encontró el Instituto para transmitir un concepto bastante complejo como el de RSE?

El primer desafío fue explicar qué es la responsabilidad social, que no es igual a la filantropía, que no es igual a la inversión social, sino que implica la relación de la empresa con todos los públicos con los que tiene vínculos. El segundo paso fue instalar a la responsabilidad social como visión estratégica empresarial a encarar por los principales ejecutivos de la compañía - por el propio presidente-, y no sólo por funcionarios de menor rango en las áreas de Marketing o Recursos Humanos.

Otra cosa importante fue explicar los beneficios que la RSE trae para las empresas y para la sociedad. Y otro desafío fue también explicar que la RSE no es únicamente para grandes empresas, sino que la responsabilidad social y la ética no dependen de tamaño ni de sector. Todos estos fueron los objetivos iniciales.

¿Cómo respondieron los empresarios? ¿Cuáles fueron los primeros en interesarse?

El núcleo inicial estuvo formado por empresas que ya estaban comprometidas con cuestiones sociales y ambientales; eran grandes, medianas y pequeñas, pero tenían en común liderazgos empresariales comprometidos con la misión del Instituto Ethos. Las primeras que respondieron fueron algunas filiales de multinacionales que ya practicaban la RSE en sus países de origen y también otras empresas que estaban vinculadas a fundaciones que perseguían objetivos puntuales en materia de desarrollo social.

¿Qué cambió en materia de RSE en Brasil a seis años de la creación de Ethos? ¿Ya no hay que explicar qué es la RSE?

Bueno, hay que seguir explicando, pero hay que hacerlo menos. Hoy podemos decir que no hay empresario en el país (Brasil) que no haya escuchado hablar de Responsabilidad Social Empresarial; muchos entienden, pero otros aún no entienden completamente, por lo que todavía hay mucho que explicar.

Pero hoy, más allá del número de asociados a Ethos (850), son varias las organizaciones empresariales que tienen un área encargada de la promoción de la RSE; existen muchos congresos empresariales en los que existen ponencias sobre el tema y también hay muchos encuentros específicos sobre la materia. Se avanzó mucho, existen muchas empresas que analizan regularmente sus indicadores sociales, que realizan y presentan balances sociales.

¿El consumidor ya está valorando estos aspectos de las empresas a la hora de elegir qué producto comprar? Sí; según varias encuestas que realizamos, el consumidor toma cada vez más en cuenta a quién le compra productos y servicios. Estamos pensando en lanzar una campaña dirigida a que el consumidor valore las empresas socialmente responsables, para lo cual estamos desarrollando indicadores en base a los cuales pueda evaluarlas.

¿Y los inversores?

El inversor también; de hecho recientemente una de las empresas líderes en materia de responsabilidad social, Natura, hizo una apertura de capital generando una corrida de inversores individuales interesados en comprar acciones de esa empresa, ya que es conocida y valorada por sus acciones de responsabilidad social.

Ficha:

Ethos. El brasileño Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social es una organización no gubernamental creada hace seis años con la misión de movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas a gerenciar sus negocios de manera socialmente responsable a fin de construir una sociedad sustentable y justa. Sus 850 asociados -empresas de distintos sectores y portes- tienen una facturación anual que representa 30% del PBI brasileño y emplean cerca de un millón de personas; tienen como característica fundamental el interés en establecer padrones éticos de relacionamiento con empleados, clientes, proveedores, comunidad, accionistas, poder público y con el medio ambiente.

Referente

Ideado por empresarios y ejecutivos del sector privado, el Instituto Ethos es un centro de organización conocimiento, intercambio de experiencias y desarrollo de herramientas que auxilian a las empresas a analizar sus prácticas de gestión y profundizar su compromiso con la responsabilidad corporativa. Hoy se convirtió en un referente internacional en la materia.

Presidente

Además de presidir Ethos, Oded Grajew fue asesor presidencial, ideólogo del Foro Social Mundial e integra el Advisory Council de Global Compact.