

«Corporate Social Responsibility - MERCOSUR»



Henning Höltei, Vicepresidente Ejecutivo Adjunto de la Cámara Argentino-Alemana; Claudia Kirschner, Coordinadora del CMR; Dr. Djordjija Petkoski, Banco Mundial; Peter Hauschnik, GTZ; Jochen Weikert, Inwent

En el transcurso de este año las Cámaras Binacionales del MERCOSUR han trabajado en la promoción de la Responsabilidad Social Empresaria. En este sentido se aunaron esfuerzos, con el apoyo de la GTZ, para publicar un compendio de diferentes experiencias de empresas socias en la temática en un libro titulado «**Corporate Social Responsibility - MERCOSUR**»

Henning Höltei, Vicepresidente Ejecutivo Adjunto de la Cámara Argentino-Alemana



Las Cámaras de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay realizaron un evento en sus respectivos países para presentar la publicación. El primer tema expuesto fue sobre la CSR en Alemania, a cargo de Peter Hauschnik, Asesor en Ecoeficiencia Empresarial de la GTZ, luego Claudia Kirschner presentó el Centro de Competencia MERCOSUR Responsabilidad Social Empresaria con sede en la Cámara Brasilero-Alemana. Seguidamente se realizó el cierre de las conclusiones del libro, Desafíos de la Integración de la RSE en el Mercosur como modelo de gestión e inversión social, a cargo de la Lic. Teresa Castillo, directora de Dellacasa Castillo Consultores.

En Argentina participaron también el director de Proyectos, Departamento de Tecnología Sustentable, Desarrollo Industrial y Urbano, de Inwent, Jochen Weikert y el director

del Programa de Negocios, Competitividad y Desarrollo, del Instituto del Banco Mundial, Dr. Djordjija Petkoski, y expusieron sobre la RSE en el Banco Mundial y en InWent. Los casos de empresas que se presentaron fueron, en Argentina, Basf, Bayer, Fresenius y Volkswagen y, en Uruguay Laboratorios Rommers SA.

Peter Hauschnik expuso sobre algunas características mundiales, como ser, la globalización de la economía, la extensión de las crisis, conflictos y terrorismo internacional. En este contexto se está desarrollando el concepto de desarrollo sustentable y explica que las empresas muestran interés en la RSE porque también trae beneficios para ellas.

Dicha RSE, en Europa mejor conocida como CSR (Corporate Social Responsibility), es un «conjunto de actividades voluntarias que va más allá de la ley», sostiene Hauschnik. Continúa, «debe haber interacción, diálogo con los stakeholders, es decir, acciones, interacciones, foros, información sobre lo que hacen las empresas, voluntad, con los diferentes grupos de interés.» No solamente las empresas deben participar en estas acciones, sino también «productores, consumidores, iglesias, ONGs, sociedad», opina el asesor.

En este sentido, la ONU estableció 10 principios por los cuales los países se suscriben en el área de CSR, entre ellos los derechos humanos, los estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción. También puso como ejemplo la creación en Alemania del Consejo para el Desarrollo Sustentable en el 2001. Este país trabaja con énfasis en aspectos ambienta-

les mientras que la GTZ apreció que en «otros países se presta mayor atención a la comunidad».

Claudia Kirschner reafirmó el concepto del representante de la GTZ en cuanto a que «las empresas deben asumir en conjunto con el gobierno y la sociedad civil la creación de condiciones favorables a sus negocios». Agregó «las empresas no deben ver esta temática como una obligación, algo por fuera a ellas, sino como modelo de gestión de la empresa». De esta manera, la Cámara Brasileró- Alemana, Inwent y GTZ crearon el Centro de Competencia MERCOSUR Responsabilidad Social Empresarial y así poder «actuar como aliado de las empresas en el desarrollo de prácticas sostenibles y exitosas en RSE», sostuvo Kirschner. Los servicios que brinda son de capacitación, consultoría y gestión de proyectos.

Teresa Castillo hizo hincapié en que RSE «no es solamente inversión social y relaciones con la comunidad, sino que también incluye el medio ambiente, los derechos humanos, la anticorrupción y los estándares laborales», conceptos manejados en Europa. El problema es que «en América Latina existe mayor grado de pobreza, por ellos se involucra a la comunidad», opina Castillo.

También mencionó el avance de los distintos modelos de inversión social, donde del «asistencialismo, se pasó a la filantropía y finalmente se llegó a la inversión social que implica el uso responsable, comprometido, proactivo y estratégico de la RSE». Los argumentos para comunicar la RSE son que «favorece la cadena de valor, apunta a llevar adelante un cambio, ser protagonista, el consumidor valora el comportamiento ético de las empresas, mejora el clima laboral y el trabajador se identifica con la empresa». Concluyó diciendo que para lograr estos objetivos hay que capacitarse y ponerse metas en RSE.



Que es InWent?

InWent –Internationale Weiterbildung und Entwicklung gGmbH (Capacitación y Desarrollo Internacional) – es una entidad común del Gobierno Federal Alemán, los Estados Federados y el sector privado alemanes dedicada a desarrollar recursos humanos y organizaciones en la cooperación internacional. Sus ofertas se dirigen a técnicos, directivos y personas con poder decisorio en el ámbito económico, político, administrativo y de la sociedad civil; llegando anualmente a unas 55.000 personas. En América Latina InWent cuenta con una Oficina Regional en Perú (Sra. Brigitta Villaronga Walker – Coord. Reg.) (www.inwent.org.pe) y una Oficina en Brasil (Sra. Carla Pereira – Coord. Regional Brasil) (www.inwent.org.br).

Que es la Red Alumni América Latina Alemania?

Desde mediados del 2004, InWent promueve la creación de la Red Alumni América Latina (RE@L) www.red-latinalamana.org, con presencia en 14 países latinoamericanos bajo el enfoque del aprendizaje de por vida. Estando formada en cada país por l@s Alumni activos de InWent (y de otras instituciones alemanas como el DAAD) con el fin de ampliar/ fortalecer sus conocimientos y fomentar la vinculación con InWent y Alemania. La RE@L organiza actividades presenciales/virtuales de capacitación y sus miembros se comunican mediante un foro nacional virtual.

La RE@L ofrece a las empresas la posibilidad de contactarse con Alumni formados por Alemania en distintas especialidades. Mayor información sobre la RE@L en MERCOSUR pueden ser brindadas por sus Coordinadores nacionales en: Argentina, argentina@red-latinalamana.org; Uruguay, uruguay@red-latinalamana.org y Brasil, InWent Brasil alumni@inwent.org.br.

LEONHARDT, DIETL, GRAF & VON DER FECHT

ABOGADOS

Av. Córdoba 950 10° piso C1054AAV Buenos Aires – Tel: 4322-9145 – Fax: 4322-7947
e-mail: post@leodigra.com.ar

ENTREVISTA CON
EL REPRESENTANTE
DE LA AHK BRASILIA

La unión del Mercosur hace la fuerza

Werner Wanderer cuenta con una larga trayectoria en la política brasileña. A los 25 años fue electo intendente de la ciudad de Marechal Cândido Rondon, y posteriormente fue diputado estatal por cuatro períodos y diputado federal por tres. Además fue presidente del «Grupo Parlamentar Teuto-Brasileño», por lo que le otorgaron en 1995 el «Grosses Verdienstkreuz mit Stern und Schulterband», la más alta condecoración del Gobierno alemán concedida a un parlamentario extranjero, y hace cuatro años aplica su experiencia como representante de la Cámara Brasil-Alemania en Brasilia. En su paso por Buenos Aires, Wanderer compartió algunos conceptos acerca de las relaciones comerciales bilaterales entre el Mercosur y la Unión Europea.

¿Cómo se atrae a empresas extranjeras para que inviertan en el Mercosur?

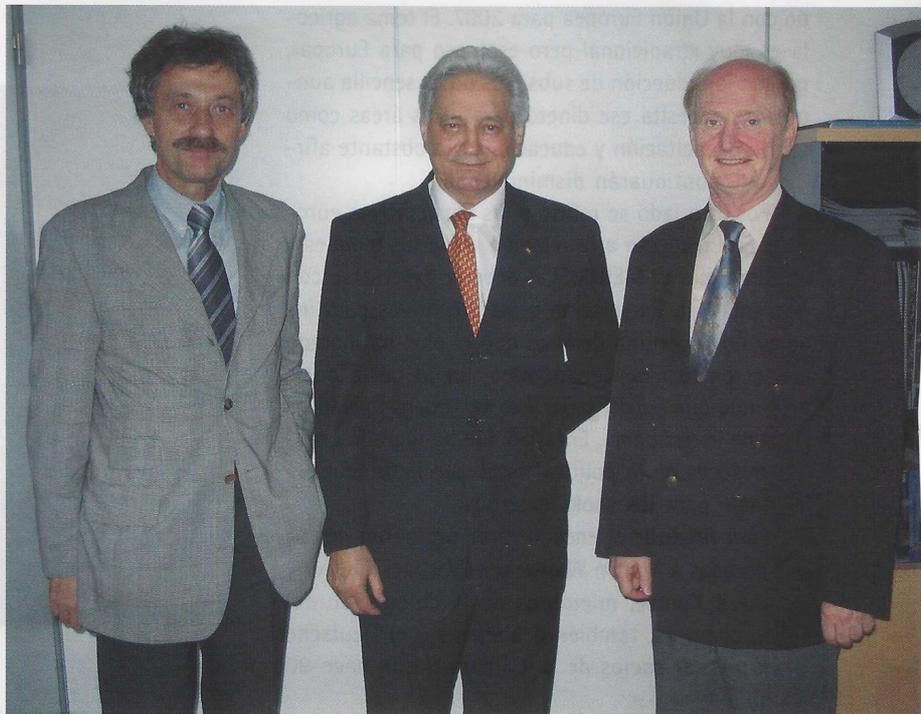
Existen muchas formas. Lo fundamental es facilitar el encuentro de los empresarios con las autoridades correspondientes, agradecerles y mostrarles el potencial que cada país tiene para ofrecerles.

Es importante también brindar seguridad a la inversión que se hará. Tiene que haber leyes claras. Los empresarios quieren estar seguros de que van a recibir su dinero de vuelta y que pueden tener lucro. A su vez desean contar con garantías de que las propiedades en las que invierten también estarán protegidas.

Finalmente hay que tener en cuenta la atención. Si un empresario salido de Europa llega a un aeropuerto y tiene que quedarse dos horas parado en una fila, se quiere volver el mismo día. Entonces, lo que hay que hacer es generar agilidad para que los visitantes se sientan como en su casa. Es impresionante cómo influye una buena atención y personalizada a la hora de hacer negocios.

¿Cuál es la importancia de que los países del Mercosur trabajen en conjunto para captar inversores?

Ese es un trabajo que tiene que ser hecho en grupo. Hoy Brasil dentro del Mercosur es muy importante, pero no lo son menos Argentina, Uruguay y Paraguay. Da igual si invierten en uno u otro país, porque los empresarios quieren saber si tienen buenos puertos, buenas rutas y si hay productos que son acordes al tipo de empresa que se quiere instalar. Esto tiene que ser discutido en conjunto, porque individualmente somos débiles, pero en conjunto nos hacemos fuertes.



Henning Höltei, Vicepresidente Ejecutivo Adjunto de la Cámara Argentino-Alemana, Werner Wanderer, Representante de la Cámara Brasil-Alemania en Brasilia y el Dr. Klaus-Wilhelm Lege, Vicepresidente Ejecutivo de la Cámara Argentino-Alemana.

A veces es difícil, porque la relación entre los miembros del bloque es como la que existe entre los hermanos que discuten entre sí. Pero si vienen otros de afuera, los hermanos se unen y van de frente contra ellos. En este sentido quizás Brasil debería dar más el ejemplo.

¿Cómo se hace para crear una conciencia de unión entre los países del Mercosur?

Depende mucho de los gobernantes. Argentina y Uruguay están teniendo conflictos, pero en realidad ese es un pequeño problema. Brasil, que no tiene inconvenientes con ninguno de los dos, debería hacer de puente entre ambos y acercar las posiciones para que no existan divisiones. Porque esta clase de roces ya existieron en el pasado entre distintos países, pero al final siempre hubo entendimiento. Además hay que tener en cuenta que este es un problema de una empresa, más que de los gobiernos.

¿Cuáles son las ventajas que tiene para ofrecer el Mercosur para que un mercado como el alemán se interese en nosotros y compre nuestros productos?

Nosotros tenemos muchas ventajas para ofrecer, como un excelente clima, buenas tierras y tecnología, entre otras cosas. Alemania, por el contrario, es pequeña. Depende de nuestros productos y por eso los compra.

Los Gobiernos y ministros tienen que sentarse con los empresarios en todos los países y establecer cuál es nuestra vocación, qué es lo que tenemos de bueno aquí y con qué podemos competir. El mundo hoy está globalizado y todos, empresarios, asociaciones, gobiernos, tienen que enfocarse. Y esto tiene que ser reforzado con acuerdos de ayuda mutua. Porque un país puede ser pequeño, pero eso no interesa si se lucha en conjunto.