

CRONISTA | Miércoles 20 de abril de 2011

SOCIALMENTE RESPONSABLES

XI

Sobre cómo ayudamos a ayudarnos



POR ERNESTO SAN GIL, MANAGING PARTNER, ERNST & YOUNG ARGENTINA

Mucho se ha discutido sobre la relación que debería existir entre la Responsabilidad Social y la estrategia de una firma. El tema fue planteado en diciembre de 2006 por Michael Porter, cuando, en un artículo de la *Harvard Business Review*, revisaba el vínculo entre ventaja competitiva, estrategia y rol social. El artículo plantea que un programa de Responsabilidad Social Corporativa debe estar alineado a la estrategia de cada compañía para ser sustentable en el tiempo, y tener no sólo un impacto en la comunidad sino también en los negocios. Acciones aisladas, que no formen parte de una estrategia general, no serán sustentables y configurarán más bien asistencialismo que una política corporativa.

En este sentido, nuestra firma está desarrollando un programa de Responsabilidad Corporativa como un capítulo más de nuestra estrategia integral. La esencia del mismo se basa en tres pilares: la educación, el desarrollo del espíritu emprendedor y el medio ambiente, y la comunidad, encontrándose cada una de estas áreas alineadas con nuestro negocio.

En el caso de la educación, es claro que somos una firma que brinda servicios profesionales de alta calidad y nada de esto es posible sin una adecuada formación educativa de nuestra gente. Nuestro compromiso se focaliza en tres frentes, los jóvenes profesionales, la educación de base y la universitaria.

En materia de jóvenes profesionales, somos uno de los mayores empleadores y formadores de nuestro país. El año pasado, más de 500 jóvenes ingresaron a nuestra firma como primer empleo. Adicionalmente, todos nuestros profesionales reciben anualmente un riguroso programa de capacitación, siendo, a su vez, una escuela o semillero de altos ejecutivos que, a través de los años, ocupan posiciones de liderazgo en las mejores empresas del país. Todo esto, acompañado por una fuerte inversión de tiempo de más de 150 de nuestros profesionales que son docentes en 20 universidades de nuestro medio.

Convencidos también que educar es igualar, invertimos tiempo y recursos en la educación primaria y secundaria. Es así que sostenemos económicamente a varias escuelas y hogares que intentan mejorar la educación y la vida de chicos de hogares desfavorecidos. Estas acciones brindan, a su vez, importantes oportunidades de voluntariado para nuestra gente que puede ver el impacto de sus acciones.

Con este conjunto de iniciativas, en la medida de nuestras posibilidades, favorecemos la igualdad de oportunidades

para el conjunto de nuestra sociedad, colaboramos en la formación de sobresalientes profesionales y participamos en el desarrollo de nuevas generaciones de líderes en nuestra sociedad.

En materia de espíritu emprendedor quedó demostrado, después de la crisis de 2009, que la recuperación surgió de los países emergentes o de las empresas emergentes de los países más avanzados.

Nosotros entendemos que desarrollar el espíritu emprendedor mejora a nuestra gente y a nuestra comunidad, y debería ser un aspecto esencial en la estrategia del país. De allí nuestro foco en este tema.

Entre otras iniciativas, Ernst & Young viene desarrollando a nivel internacional el premio al "Entrepreneur of the Year" (EOY) -que por primera vez lanzamos este

año en la Argentina- junto con otra serie de iniciativas vinculadas al estímulo, difusión y apoyo de emprendedores tanto económicos como sociales. Es maravilloso y reconfortante ver el espíritu de estos verdaderos pioneros en cada una de las áreas en las que actúan, ya se trate de la actividad comercial, la educación o la acción social. Al punto que resulta difícil elegir entre tantos emprendimientos de

enorme mérito e impacto.

En materia de medio ambiente y comunidad, entendemos que no es una elección sino una necesidad.

Como parte de nuestra estrategia, tenemos un compromiso con la calidad ambiental, que se concreta a través del cuidado del uso eficiente del agua y la energía, minimización de viajes, consumo de papel y otras acciones que crean conciencia entre nuestros profesionales y también se multiplican fuera del trabajo.

Por último, nuestro compromiso con la comunidad también se manifiesta a través del aporte de nuestro recurso más escaso, el tiempo de nuestra gente. Para ello, realizamos trabajos voluntarios basados en nuestras capacidades en distintas organizaciones sin fines de lucro.

A partir de 2010, desarrollamos un programa para descubrir y estimular el trabajo de voluntarios anónimos entre nuestro personal y así sumarlos a una red que crece con el objetivo de devolverle a la comunidad sólo una parte de todo lo que hemos recibido.

En síntesis, creemos que un programa de Responsabilidad Social no debe ser de un sector, ni un área social más dentro de la empresa. La responsabilidad social debe ser parte central de la estrategia de la firma, con objetivos y metas alineados al negocio, para ser sustentable y tener un impacto positivo en la empresa, su gente y la sociedad.

