



UNIVERSIDAD DE VALPARAISO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BENEFICIOS PARA LAS EMPRESAS QUE ADOPTAN PROGRAMAS DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL BASADOS EN PROYECTOS DE
EDUCACIÓN.

Autor

KATHERINE MARLEN REYES NAVARRO

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL PRESENTADA A LA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
DE LA UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO PARA OPTAR AL
GRADO DE LICENCIADO EN NEGOCIACIONES INTERNACIONALES
TÍTULO PROFESIONAL DE ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

PROFESOR GUÍA: MARÍA JESUS MIRANDA M.

Viña del Mar, Enero de 2012

Índice

Siglas y abreviaturas	5
Introducción	6
Capítulo 1: Antecedentes de la práctica	
1.1.- Descripción de la empresa u organización	8
1.1.1 Reseña Histórica De La Organización	9
1.1.2 Misión y Visión de la organización	10
Misión	10
Visión	10
1.1.3.- Producto o Servicio: Proyecto EduAction Brasil	11
1.1.4.- Estructura Organizacional	12
1.1.5.- Valores Que Promueve AIESEC En Sus Miembros	14
1.2.- Descripción de las funciones realizadas.	15
1.2.1.- Trabajo desarrollado	17
1.2.2.- Razones que impulsan el tema a desarrollar	19

Capítulo 2: Desarrollo del tema

2.1.- Objetivos generales y específicos.	22
Objetivo General	22
Objetivos Específicos	22
2.2.- Marco teórico	23
2.3.- Desarrollo de la investigación	39
2.3.1.- Describir la preocupación de la empresa internacional Gerdau AZA frente a proyectos educativos destinados a jóvenes de 15 a 17 años de edad...	39
Sección A: Sobre la Empresa	39
Sección B: Evolución de la Responsabilidad Social en Gerdau	42
Sección C: RSE en la actualidad	46
2.3.2.- Reconocer la relación que existe entre Responsabilidad Social Empresarial, educación y empresa.	50
2.3.3.- Señalar algunas oportunidades de intercambio estudiantil y el incentivo de los gobiernos en alentar estas prácticas en el caso de Chile y Brasil	55
2.3.4 Propuesta Final	61

Capitulo 3: Conclusiones

Conclusiones 66

Bibliografía 69

Anexos 70

Siglas y Abreviaturas

- Trainee: Pasante o participante extranjero en un proyecto de AIESEC
- PAI: President of AIESEC International, en español Presidente de AIESEC Internacional
- AIESEC: Association Internationale des Etudiants en Sciences Economiques et Commrciale en Francés, traducido al español sería Asociación Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas
- RSE: Responsabilidad social empresarial
- ONG: Organización No Gubernamental
- COINED: Comisión de Intercambio Educativo
- BELTA: Brazilian Educational & Language Travel Association
- USACH: Universidad de Santiago de Chile
- COANIL: Corporación de Ayuda al Niño Limitado
- E-Mail: Electronic Mail
- RSC: Responsabilidad Social Corporativa
- OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos

Introducción.

El siguiente informe describirá las observaciones que ha rescatado el alumno durante su práctica profesional, esta cuenta con una característica novedosa ya que no fue realizada en el país de residencia sino que fue realizada en el extranjero, con ello el alumno notó un nuevo foco de negocios dentro de las empresas, el incentivo a la Responsabilidad Social Empresarial, este tema se muestra creciente y transversal ante todo organismo, y es por eso que los negocios internacionales no deben quedarse fuera de esto.

La práctica se basó en un proyecto social educativo desarrollado por una organización no gubernamental (ONG) llamada AIESEC en asociación con una empresa privada con foco en proyectos sociales, el gigante metalúrgico GERDAU AZA. Esta asociación dio paso al proyecto social Brasileño EduAction, el cual en el año 2011 alcanzó a 8 ciudades durante el primer semestre y se extendió a 6 países durante el segundo semestre del mismo año.

El enfoque del informe trata sobre el por qué las empresas deben tomar como propias estas acciones sociales, cuáles serían sus beneficios al incorporar la RSE dentro de sus operaciones, que tipo de RSE existes y cuál es la mejor forma de aplicarla. Se demostrarán también ejemplos de empresas que aún siendo líderes en su mercado mantienen una constante inversión social en diversos proyectos, conoceremos además algunas ONGs que crean proyectos y son auspiciadas por empresas privadas y principalmente porque la educación juega un papel importante en la RSE no como una

forma de crecer en lo cognitivo sino como una nueva forma de educar a los jóvenes en temas actuales como Sustentabilidad y Medio Ambiente.

A continuación se detallarán las observaciones y conocimientos adquiridos durante esta práctica profesional internacional, la cual ha mostrado una forma distinta de intereses y comportamientos sociales, que muy bien pueden ser adquiridos y aplicados en nuestra propia sociedad.

Capítulo 1: Antecedentes de la práctica

En este capítulo se revisarán los antecedentes de la empresa en donde el alumno realizó su práctica profesional, indicando cual fue su rol dentro de esta y como se desarrollaron las tareas encargadas. Se revisará además la importancia que obtuvo el proyecto trabajado por el alumno y como fue el impacto alcanzado.

Se entenderá como se formó el proyecto y cuál era su objetivo principal, y como este cobra una importancia en la empresa privada.

1.1.- Descripción de la empresa u organización.

AIESEC es una organización global sin fines de lucro, conformada en su totalidad por jóvenes universitarios y recién graduados, cuyo objetivo es desarrollar agentes de cambio con potenciales habilidades blandas como el liderazgo, comunicación efectiva, empatía y mentalidad global para que generen un impacto positivo en la sociedad.

Con una red global en más de 107 países y más de 50.000 miembros, AIESEC provee de un amplio abanico de oportunidades para aquellos jóvenes que buscan ser agentes de cambio y ciudadanos del mundo. Más de 10.000 intercambios profesionales, 10.000 posiciones de liderazgo, más de 500 conferencias locales e internacionales, son sólo algunas de las oportunidades que AIESEC provee.

En alianza con organizaciones e instituciones de educación superior, AIESEC cuenta con más de 60 años de experiencia promoviendo el desarrollo y aprendizaje de

estudiantes universitarios de alto potencial, como líderes a escala mundial, responsables socialmente y con perspectiva global.

1.1.1 Reseña Histórica De La Organización

AIESEC en cono sur

Esta región está conformada por Argentina, Chile y Uruguay, cuyas oficinas se encuentran en las ciudades de Buenos Aires, Tandil, Córdoba, Mendoza, Viña del Mar, Santiago, Concepción, Valdivia, Temuco y Montevideo. A través de esta unión, AIESEC ha consolidado y alineado sus oficinas locales con el fin de generar alianzas de mutua cooperación, mayor posicionamiento y otras actividades en conjunto.

La labor principal de AIESEC Cono Sur es potenciar y activar el liderazgo a sus más de 500 miembros pertenecientes a las mejores universidades de estos países, quienes viven experiencias profesionales y multiculturales, y se relacionan con organizaciones involucrándolas en su propio desarrollo, haciéndolas partícipe de sus actividades, otorgándoles beneficios únicos de cooperación.

1.1.2 Misión y Visión de la organización

Visión

“Paz y pleno desarrollo del potencial humano”¹

Misión

Nuestra misión está dividida en dos puntos, los cuales son nuestros puntos más fuertes y por los cuales nos caracterizamos en cada evento nacional, regional o internacional que realizamos.

Impacto en la sociedad

El primero de ellos es el **impacto**, aquel que causamos en las distintas sociedades en donde AIESEC está presente, gracias a nuestra plataforma internacional, AIESEC permite a los jóvenes descubrir y desarrollar su potencial en el liderazgo, brindado de esta forma, un impacto positivo en la sociedad.

AIESEC provee a sus miembros con una experiencia de desarrollo integral conformada por oportunidades de liderazgo, intercambios internacionales y participación en un entorno de aprendizaje global.

¹ Obtenido de la página web oficial de AIESEC en Viña del Mar, <http://www.aiesecvinadelmar.cl/vision.html> . Última revisión 25/01/12.

1.1.3.- Producto o Servicio: Proyecto EduAction Brasil

EduAction es un proyecto educacional a nivel global, desarrollado por AIESEC y auspiciado por la empresa multinacional GERDAU AZA, el proyecto lleva jóvenes líderes cuyas visiones internacionales pueden transformar una sala de clases en un entorno multicultural de aprendizaje. Durante dos meses los participantes extranjeros, mejor conocidos como *Trainee*, realizan talleres y enseñan temas como responsabilidad, liderazgo, emprendimiento, sustentabilidad y responsabilidad social, entre otros. El objetivo del proyecto es romper el paradigma propuesto por ciertas realidades sociales y ampliar las mentes de esos jóvenes estudiantes haciéndolos crecer como personas tolerantes, ciudadanos activos y consientes de su entorno y con una visión más amplia del mundo.

En 2011, el proyecto estuvo en 6 estados brasileños en las ciudades de Belo Horizonte, Fortaleza, Maringá, Porto Alegre, Recife, Salvador, São José dos Campos, São Paulo y Sorocába, con el apoyo de 66 estudiantes de intercambio procedentes de diversos países de los 5 continentes para atender a 15 escuelas, beneficiando a más de tres mil estudiantes.

EduAction Recife fue la ciudad en la cual el alumno desarrolló su práctica profesional internacional, tal ciudad es capital del estado nordestino de Pernambuco, en dicha ciudad el proyecto se desarrollo en 4 escuelas de la Red Municipal de escuelas públicas, estas fueron:

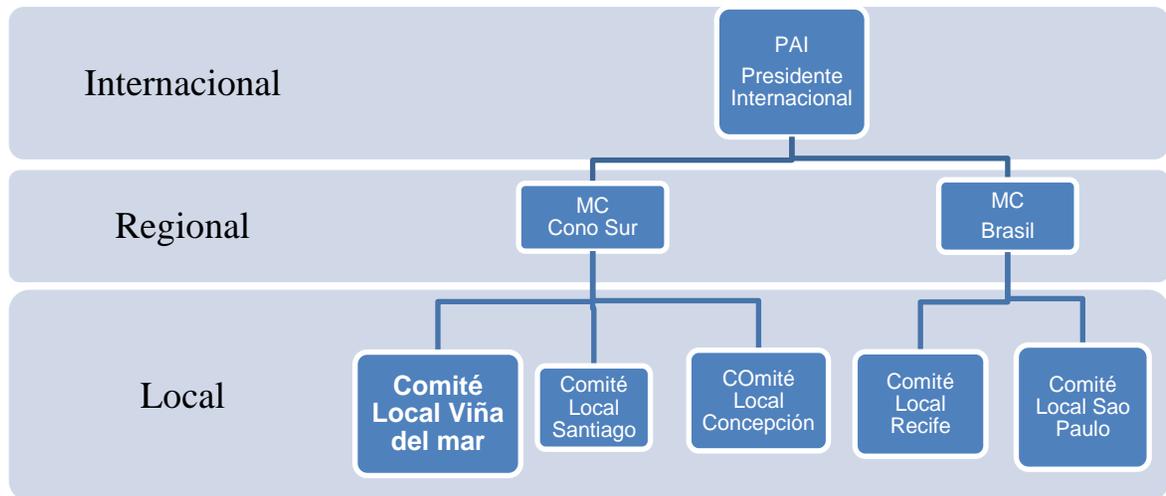
- Aderbal Jurema

- Frei Romeu Pérea
- Costa Pinto
- Odette Antunes

En las cuales se llegó a trabajar con más de 400 alumnos entre 12 a 18 años de edad².

1.1.4.- Estructura Organizacional

La estructura organizacional de AIESEC está conformada por un Presidente Internacional (PAI - President of AIESEC International), Vicepresidencias Regionales/Nacionales y locales.



Fuente: Creación Propia basado en la estructura organizacional de AIESEC.org, Intranet.

² Wiki "EduAction Global Pilot Project" 2011. www.myAIESEC.net, Intranet. Revisado por última vez el 23/07/2011.

Cada uno de estos estamentos cuentan con un Presidente y seis vicepresidentes (VP) Vicepresidente de Intercambios salientes, Vicepresidente de Intercambios entrantes, Vicepresidente de Gestión del Talento, Vicepresidente de Comunicaciones y Gestión de la Información, Vicepresidencia de Relaciones Externas y Vicepresidente de Finanzas y Legalidades..



Fuente: Creación Propia, basado en la estructura organizacional de AIESEC.org, Intranet.

AIESEC es la única organización de nivel mundial que renueva anualmente la totalidad de sus roles de liderazgo³

³ www.aiesecvinadelmar.cl/Somos AIESEC, Revisado por última vez en Septiembre de 2011.

1.1.5.- Valores Que Promueve AIESEC En Sus Miembros

Otro punto importante dentro de la misión de la organización es estimular valores, con estos valores logramos promover normas comunes de comportamiento para el liderazgo colectivo de AIESEC a través de toda su red global, soportando así el cumplimiento de metas, y así mismo, acercando más el cumplimiento de la visión. Los valores que se promueven son:

- **Activar el liderazgo:** Guiar con el ejemplo e inspirar liderazgo a través de las propias acciones y resultados. Asumir la responsabilidad completa del rol que se cumple al desarrollar del potencial de la gente.
- **Demostrar Integridad:** Ser consecuentes y transparentes en la toma de decisiones y acciones. Cumplir con los compromisos y nos comportarnos de una forma veraz respecto a los propios ideales.
- **Vivir la Diversidad:** Aprender de los diferentes estilos de vida y opiniones representadas en el medio multicultural que se vive dentro de la organización. Respetar y promover activamente la contribución de cada individuo.
- **Disfrutar la Participación:** Crear un entorno dinámico por medio de la participación activa y entusiasta de los individuos, así los miembros disfrutan involucrándose en AIESEC.
- **Buscar la Excelencia:** Se busca entregar el trabajo de más alta calidad en todo lo que se hace. Buscar siempre mejorar a través de la creatividad y la innovación.

- Actuar Sustentablemente: Actuar de una forma que es sostenible para la organización y la sociedad. La toma de decisiones toman en cuenta las necesidades de las generaciones futuras.⁴

1.2.- Descripción de las funciones realizadas.

EduAction es un proyecto educativo global, desarrollado por AIESEC en colaboración con Gerdau, que reúne jóvenes líderes internacionales con mentalidad global en las escuelas públicas de Iberoamérica, desde sus inicios en el 2009 la visión del proyecto fue la de traer una real transformación social, a través de un cambio de enfoque en la mentalidad de los estudiantes de las escuelas de Brasil, los Trainees tienen como misión crear un ambiente de aprendizaje global en escuelas públicas con el objetivo de expandir la visión mundial de los estudiantes, el proyecto prepara a los trainees durante un mes para que puedan dar clases, cada uno de los temas deben ser preparados con una semana de anticipación y deben ser aprobados por una comisión (la cuál será explicada más adelante) antes de ser expuestos a los alumnos.

“...Por otro lado, destacar la respuesta positiva mostrada por los estudiantes que participan de esta interacción (Proyecto EduAction). Los padres están muy agradecidos por esta nueva apertura horizontes para sus hijos.” Extracto de publicación en Diario de Pernambuco. Alberto Leal, profesor escuela Frei Romeu Pérea.⁵

⁴ www.aiesecvinademar.cl. Visión Impacto y valores. Viña del Mar 2011

⁵ Leal, Alberto. “Voluntarias”. Diario de Pernambuco, 22 de Abril del 2011, página B4.

Siendo parte del proyecto como participante extranjera, mejores conocidos como *trainee* dentro de la organización AIESEC, el cargo desempeñado era principalmente el de impartir las clases y talleres que requerían el proyecto, las principales funciones eran preparar los diversos temas que serían entregados en las cuatro escuelas de la ciudad durante los meses de Marzo y Abril del año 2011, además de preparar los temas se debía realizar la clase a los alumnos tales tenían una duración de una hora y treinta minutos cronológicos, los alumnos tenían la oportunidad de conocer diversas culturas y aprender algo nuevo de acuerdo al cronograma de actividades previamente pactado por la organización AIESEC y el *trainee*. Tales temas debían ser vistos uno por cada semana, en un total de ocho semanas (dos meses), estas clases contaban con actividades dinámicas o talleres de auto aprendizaje para los alumnos de forma que se creara interés y motivación por parte de ellos. Como no eran de carácter obligatorio para los alumnos los *trainees* debían crear clases divertidas e interesantes para lograr la atención y asistencia de los jóvenes.

La modalidad de las clases seguían un cierto orden, estas siempre iniciaban con algún juego o dinámicas para conocerse, luego una breve introducción teórica sobre el tema a tratar, generalmente se iniciaba una discusión en donde se incitaba a los alumnos a participar del tema hasta crear un debate con diferentes ideas, una vez que los jóvenes entendían el tema se iniciaba el taller en donde ellos debían usar su creatividad y conocimientos adquiridos para resolver algún problema y lograr una solución, siempre en grupo, finalmente se terminaba la actividad con una reflexión sobre lo aprendido y

como aplicarlo en la vida cotidiana y antes de acabar la clase se realizaba alguna actividad recreativa, generalmente un baile.

1.2.1.- Trabajo desarrollado

El establecimiento educacional entregaba una sala de clases, la cual por lo general era el auditorio del establecimiento en ese lugar los trainees impartían sus clases semana a semana realizando los talleres y actividades referentes a los temas pactados. La primera clase se utilizaba para que los alumnos y los trainees se conocieran, y ellos se enterarían como han recibido esta oportunidad, ellos entendían que gracias a AIESEC y Gerdau Aza, una empresa muy conocida en su comunidad les ha otorgado esta oportunidad, además ellos podían aprender más sobre las diferentes nacionalidades y costumbres de los trainees, también se daba oportunidad para conocer las expectativas de los alumnos y los aprendizajes que ellos esperan durante los dos meses de clases. Durante la segunda semana se iniciaban los temas regulares, estos eran:

- Diversidad Cultural,
- Globalización,
- Emprendimiento,
- Sustentabilidad,
- Medio Ambiente,
- Responsabilidad Corporativa y Social y Personal,

- Motivación personal.

Como se mencionó anteriormente Se forma una comisión para aprobar los temas que investigarán los Trainees, la función de esta comisión es de apoyar y dar asistencias en temas puntuales y locales, esta se forma al inicio del proyecto y está integrada únicamente por miembros de AIESEC en Brasil, de acuerdo a cada ciudad en donde se desarrollada el proyecto.

Las clases se realizaban en 2 escuelas por día al mismo tiempo, es por eso que las 6 trainees se dividían en dos grupos de 3 integrantes cada, para abarcar dos establecimientos por día. Para los jóvenes estudiantes las clases se impartían en horario contrario de sus horas de clases habituales por tanto era de libre elección quién deseaba asistir a ellas. Estas clases no tenían evaluaciones, sin embargo al final del proyecto se realiza una “Aldea Global” (Global Villaje), en donde participa toda la escuela y los alumnos que han participado del proyecto cuentan a sus compañeros sus conocimientos, muestran sus trabajos manuales o lo que han aprendido durante las ocho semanas, finalmente los padres, apoderados y docentes de los colegios pueden compartir con los trainees y la comisión del proyecto sobre cómo este ha impactado en la vida de sus hijos y alumnos.

1.2.2.- Razones que impulsan el tema a desarrollar

EduAction inició en el 2009 en la ciudad de Porto Alegre, Brasil, en ese momento solo era un proyecto piloto, con tan sólo 5 miembros provenientes de Estonia, Polonia, Rumania, Colombia y la India. Juntos impactaron alrededor de 500 niños en tres escuelas diferentes. Los resultados fueron sorprendentes:

- 91% de los niños le gustaría participar de nuevo el proyecto
- 95% de ellos dijo que ahora planea viajar a otro país en su vida
- 70% dijo que ahora quieren ir a la universidad
- ¼ comenzó a reciclar
- Y el 50% quería aprender un idioma extranjero⁶

Así es como lo han vivido centenas de jóvenes cada año, el proyecto ha demostrado causar tal impacto que se ha repetido y se ha expandido a diferentes ciudades y países.

EduAction 2010 fue desarrollado en seis ciudades de Brasil, en donde el impacto no fue menor al de los años anteriores, 99% de los participantes en el proyecto (trainee) les gustó mucho el proyecto y quieren volver a participar en él o llevarlo a su país, y el 85% de los niños admitió que el proyecto había cambiado algo en sus vidas.

⁶ Extracto de la Wiki "EduAction Global Pilot Project", disponible en la Intranet de www.myaiesec.net, año 2011

"Me gustó mucho conocer a los extranjeros, también cambió completamente mi visión de la vida." Estudiante de séptimo grado de la escuela Olegario Mariano en Porto Alegre, Junio 2010.

Debido a estos resultados la importancia que las escuelas le han dado a la implementación de estos tipos de proyectos ha aumentado y se ha expandido, además un nuevo actor ha aparecido dentro del plano social, la empresa privada, la cual usando el concepto de la responsabilidad social empresarial, es capaz de interactuar con la comunidad en un plano social, ayudando a crear conciencia en temas medio ambientales, educacionales, de salud, entre otros. Así lo dice el grupo Gerdau en su política de responsabilidad social.

“El Grupo Gerdau cree que la inversión en educación es esencial para desarrollar ciudadanos con oportunidades iguales y aptos para ejercer la libertad de forma responsable. Durante el año, la organización destinó R\$ 63,9 millones para iniciativas en esa área. Parte de esos recursos proviene de incentivos fiscales para la cultura.

Las inversiones en la calidad de la educación representan la mayor parte de los recursos destinados por el Grupo a la sociedad.”⁷

Gracias a este proyecto la comunidad juvenil se ha visto beneficiada con nuevos conocimientos en materias internacionales, esto crea un incentivo en ellos para tomar conciencia sobre temas de actualidad mundial.

⁷ Informe Anual Gerdau AZA, año 2007 “Creciendo con las Personas”

El hecho de que empresas privadas impulsen o apoyen estos tipos de proyectos de foco social en sus comunidades puede volverse muy beneficioso para el avance hacia la resolución de conflictos políticos, gubernamentales e incluso económicos ya que no sólo trae beneficios para la población, la empresa también se puede ver beneficiada en el futuro con un incremento financiero ya que gana valor moral ante sus consumidores al mostrar una imagen de preocupación ante las necesidades intrínsecas de la población y entregar apoyo a estos proyectos Socio-Educacionales.

EduAction ha demostrado más de una vez que la educación basada en valores y la concientización de temas mundiales como sustentabilidad y emprendimiento pueden crear gran conciencia en jóvenes a temprana edad, sin interferir en su educación pedagógica. Promover la educación es un derecho que tiene cada joven para desarrollar su potencial de liderazgo y generar así un impacto positivo en la sociedad en el futuro.

Capítulo 2: Desarrollo del tema

2.1.- Objetivos generales y específicos.

Objetivo General

Describir el beneficio que obtienen las empresas cuando se involucran en proyectos educacionales desde la Responsabilidad Social Empresarial , centrado en jóvenes entre 15 a 18 años para desarrollar su preocupación por el Medio Ambiente, sustentabilidad y a ampliar sus competencias blandas

Objetivos Específicos

1. Describir la preocupación de la empresa internacional Gerdau AZA frente a proyectos educativos destinados a jóvenes de 15 a 17 años de edad.
2. Reconocer la relación que existe entre Responsabilidad Social Empresarial, educación y empresa.
3. Señalar algunas oportunidades de intercambio estudiantil y el incentivo de los gobiernos en alentar estas prácticas en el caso de Chile y Brasil

2.2.- Marco teórico.

En torno a las últimas reformas educacionales realizadas en Chile y en los países vecinos, se ha visto un aumento considerable en la calidad de la educación durante los últimos diez años, de acuerdo con el último informe PISA (2009) entregado recientemente por la OCDE, organización internacional de la cuál Chile es el único país de Sudamérica en formar parte. Nuestro país se sitúa en el lugar 44 de 65 países (mayoritariamente Europeos), en este informe pueden participar cualquier país que lo desee sean miembros o no de la OCDE, pero el hecho de formar parte de este grupo significa que Chile participa de uno de los foros más importante para el bienestar económico y social de los países miembros.

Si bien es cierto que aún queda un largo camino por recorrer en referencia con los países Europeos, el hecho de haber aumentado según el informe y en referencia a las versiones anteriores de PISA, un 40% la calidad en la educación desde el 2000 hasta el 2009⁸ es un logro considerable porque ubica a Chile dentro de un país emergente no sólo en economía sino que también en materias intelectuales, esto causa que nuestros estudiantes serán mejores cotizados en los mercados laborales internacionales.

Basándose en este informe se puede apreciar un interés de los jóvenes estudiantes en mejorar su nivel educacional, sin importar su realidad social o institución educacional (municipal, subvencionada o privada), así mismo muchos jóvenes han querido abordar más allá de sólo lo pedagógico y han creado verdaderos movimientos sociales, los cuales

⁸ Informe PISA, Resumen Resultados Informe. Año 2009

han llamado fuertemente la atención de la población por su fuerza y convicción como lo fue en el 2006 la llamada “Revolución Pingüina” que realizaron los estudiantes de enseñanza media, lo cual logró demostrar que los jóvenes sí tenían interés por temas sociales-políticos y su voz era tan fuerte como la de otros ciudadanos, esto nos ha mostrado que la capacidad de entendimiento de la juventud hoy en día puede abarcar más que sólo el ámbito pedagógico y cognitivo, también están orientados a desarrollar sus valores, su preocupación por el entorno, el medio ambiente y tener un papel marcado y participativo dentro de la sociedad. Así lo muestra el documental realizado durante el año pasado llamado *“Revolución Estudiantil en Chile, Reflexiones para la Lucha”*

Considerando estos hechos el siguiente informe tendrá un marcado interés por los proyectos sociales empresariales enfocados a la educación, la cual se considerará como un tema de interés comunitario y para una comprensión más clara se hará una breve revisión a unos de los métodos utilizados de enseñanza, basándose en el concepto del Constructivismo, teoría primeramente impulsada por Piaget y profundizada en sus bases sociales por Vigotsky, esta se podrá interpretar como la forma en que la gente aprende, entendiéndose que la educación, sin importar si tiene una base pedagógica o no, puede ser clave para la formación del carácter de los individuos ya que enseñar un tema de pequeño y reforzarlo durante los años puede crear conductas de costumbre en el futuro. También se entiende como un moderador de carácter tal como lo destacó un estudio de la Universidad de Venezuela en donde señala *“[el constructivismo social]... enfatiza la*

influencia de los contextos sociales y culturales en el conocimiento y apoya un "modelo de descubrimiento" del aprendizaje”⁹

Este traspaso de conocimientos hacia los jóvenes que se da para entregarles una herramienta que les ayude a formar su carácter, sus valores, su convicción social en conjunto con una amplia visión de mundo (entendiéndose que los valores son subjetivos) y una profunda concientización sobre el medio ambiente que los rodea.

El proyecto desarrollado por el alumno en este informe apunta a que estos cambios sociales se logran a través de la formación intelectual en conjunto con la base cultural de las personas, todo esto resulta aún más beneficioso al estimularlo desde una temprana edad, junto al interés que los estudiantes han mostrado en temas sociales durante los últimos años se puede apuntar a que cuando se potencian estos enfoques en los jóvenes de hoy, se pueden obtener resultados positivos y beneficios en el futuro para las comunidades y el entorno en general.

Entendiendo lo anterior es que también se puede influir que la educación como instrumento de aprendizaje puede promover el desarrollo de una madurez emocional a más temprana edad y con ello impulsar el desenvolvimiento de valores como sustentabilidad o preservación del medio ambiente, cabe señalar que estos conceptos de valores éticos y desarrollo social, son temas muy actuales que causan un gran impacto en las personas y por ende en los consumidores, estos pueden verse fuertemente atraído por empresas que fomenten este tipo de prácticas, como podría ser el caso de

⁹ Universidad de Venezuela, U. C. Junio 2005.

Procter&Gamble que mantiene significativos programas de RSE como su proyecto P&G Hope Schools que opera en China, hasta ahora ha ayudado a más de 100.000 niños de 12 años, construido 200 nuevas escuelas y han participado activamente de más de 5.000 colaboradores de la empresa que mantienen este programa de ayuda social. La empresa mantiene muchos proyectos sociales los cuales pueden ser revisados en su página web oficial www.pg.com en su sección de Responsabilidad Social

Cuando se combina este recurso del fomento a la educación en jóvenes y niños con la empresa privada, los resultados pueden ser convertidos en algo muy positivo para la empresa, hablamos de un balance positivo y un mejoramiento de la imagen corporativa. Como ejemplo podemos tomar a la multinacional de la moda Benetton, la cual trabaja mucho con su imagen y su llegada al público ya que la moda es algo que afecta a todas las personas, gracias a la recientemente creada fundación Unhate (su traducción al español sería “sin odio”) busca crear una cultura de mayor tolerancia entre las personas, no es una estrategia de moda, simplemente una preocupación hacia la población para contribuir con la paz entre las naciones, y lograr con esto un prestigio de empresa responsable y solidaria, consiguiendo un impacto positivo ante sus clientes, tal como lo dice en su página oficial “la Fundación también pretende ser un *think tank*¹⁰, que atrae a personalidades y talentos de los campos de la cultura, economía, derecho y política, y las

¹⁰ Un think tank es una institución o grupo de expertos de naturaleza investigadora en el ámbito de las ciencias sociales, vinculada o no a partidos políticos o grupos de presión, pero que se caracteriza por algún tipo de orientación ideológica marcada de forma más o menos evidente ante la opinión pública.

personas que han pasado de simples ciudadanos a los líderes de los movimientos, distinguiéndose por sus ideas y acciones contra las causas y efectos del odio.”¹¹

Claramente la mejor fórmula para combinar estos dos elementos es la muy popular Responsabilidad Social Empresarial (RSE), este concepto trae solo beneficios para las empresas y es un generador de fidelidad por parte de los clientes quienes buscan además de precio, una empresa confiable y amigable con la sociedad.

Para comprender mejor el tema principal de este informe es esencial que se defina el concepto de RSE o Responsabilidad Social Empresarial, también conocido como Responsabilidad Social Corporativa (RSC), en el caso de Chile se conoce más comúnmente como RSE. Este concepto es aplicado a las empresas y es visto como la contribución que realizan estas de forma voluntaria al mejoramiento social, ambiental y económico de su comunidad obteniendo a cambio una mejora en su competitividad y valoramiento social. La organización Chilena PROhumana define a la RSE como “... la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad.”¹²

Incorporar programas de RSE hoy en día es una práctica muy utilizada y presenta una plusvalía muy importante para cualquier empresa que quiera competir en el mercado internacional. De acuerdo al ranking anual que entrega la Organización No

¹¹ unhate.benetton. 04 de 01 de 2012. Obtenido de <http://unhate.benetton.com>.

¹² Obtenido de www.prohumana.cl. 25 de 11 de 2011.

Gubernamental (ONG) PROhumana las cuatro empresas destacadas este año 2011 son la siderúrgica multinacional GERDAU AZA, la compañía eléctrica nacional Chilectra, seguida de BCI y Oriencoop¹³

Estas empresas son premiadas públicamente en una ceremonia y el ranking es publicado en un número especial de la revista “Qué Pasa”, este reconocimiento nacional no sólo coloca a estas empresas en lo alto de la responsabilidad social nacional, sino que además reciben una acreditación y un sello de distinción por parte de PROhumana.

“...el Ranking Nacional de RSE 2011 hace un aporte al desarrollo de empresas sustentables integrales, ya que quienes participan de éste, año a año se han comprometido a nivel del directorio y de su comité ejecutivo a gestionar y evaluar su empresa desde todos sus procesos, tanto internos como externos. Logrando así un mejoramiento continuo de la RSE, es decir, las empresas reconocidas en este Ranking anualmente son empresas que tienen la convicción y conciencia de que su producción y rentabilidad deben instalarse dentro del marco de la RSE como un modelo de gestión sustentable multidimensional, generando así valor económico y social.”

La RSE como tal abarca tres aspectos principales ambiental, social y económico, los cuales están entrelazados entre sí y ayudan a cumplir con el concepto de sustentabilidad entregado por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo en el año 1987 (tema que será revisado más adelante). En Chile se definen 5 aspectos en donde la RSE

¹³ PROhumana. Ranking Nacional RSE 2011. Extracto Revista “Qué Pasa”, página 69.

debe tratarse, según lo explica la organización no gubernamental AccionRSE, estos aspectos son:

Ética y gobierno corporativo: Programas de ética y cumplimiento, gobernabilidad, prácticas justas de operación, código de ética y de conducta, relación público-privada.

Calidad de vida laboral: Derechos humanos, desarrollo de personas, equidad, diversidad, respeto, no discriminación, salud, seguridad y condiciones de trabajo, participación, desvinculaciones, conciliación vida laboral/familiar.

Medio Ambiente: Gestión ambiental, ecoeficiencia, reciclaje, huella de carbono, diseño y construcción “verde”, biodiversidad, prevención de la contaminación.

Clientes y cadena de valor: Proveedores, distribuidores, marketing, ventas y servicios, asuntos de consumidores, consumo responsable

Comunidad: Inversión social estratégica, voluntariado corporativo, reportes de sustentabilidad, relaciones con vecinos, sociedad civil y gobiernos nacional, regional y local.¹⁴

La RSE no es una obligación para las empresas, sin embargo muchas empresas en nuestro país la han adoptado como una obligación, creando políticas y estrategias para aplicarla eficientemente ya que el hecho de no aplicarla o darle importancia podría restarle competencia a la empresa hoy en día. Podemos tomar el caso de Homecenter Sodimac e Easy, ambos supermercados de la construcción, dos empresas del mismo

¹⁴ Obtenido de www.accionrse.cl. 05 de 11 de 2011.

rubro, con precios y productos parecidos, sin embargo Homecenter Sodimac se destaca por ser una empresa que muestra una clara RSE, participa activamente apoyando a la Teletón año tras año, también está presente con la ONG “Un Techo Para Chile” y desde el 2011 han comenzado a medir y reducir su huella de carbono, destacando y enseñando a las personas que al usar productos más amigables con el medio ambiente están contribuyendo a cuidar el planeta este programa se llama “Cuidemos la casa de Todos”. Más adelante se verá expresado en gráfico como una empresa con RSE obtiene mejor ventaja competitiva en el mercado frente a otras que no aplican RSE¹⁵.

Este concepto de RSE se ha vuelto transversal a todas las áreas y rubros del mercado y abarca muchos puntos de la sociedad como cuidado de los recursos naturales, preservación de áreas verdes, educación ambiental e importancia de la comunidad, todos ellos apuntan a fomentar programas de ayuda a la comunidad y su entorno, aunque por lo general estos programas no están asociados a su rubro, como por ejemplo el caso de GERDAU AZA quienes siendo famosos por la industria del acero y metales, fomentan proyectos de educación y medio ambiente, no por eso estos proyectos no traen beneficios a la empresa, esto se explicará más adelante en profundidad. Generalmente la empresa que inicia acciones de RSE como parte normal de sus funciones busca destacarse de las otras y al mismo tiempo mejorar sus finanzas, reducir costos operativos, mejorar su imagen marca, y así poder reducir los riesgos de una reinversión a futuro.

¹⁵ PROhumana. Ranking Nacional RSE 2011. Revista “Qué Pasa”, página 75.

Cómo se ha mencionado anteriormente, estas prácticas de RSE son voluntarias y no buscan explícitamente traer un lucro directo a las empresas, es por esto que van en busca de un beneficio que generalmente es intrínseco (imagen, lealtad, reputación). Tal como lo plantean programas como ACCIONRSE, el cual a través de su programa www.educarse.accionrse.cl, entrega la asistencia e información necesaria a las empresas para que puedan adoptar estos programas, aquí se explica la RSE como un plan de acción, un set de políticas, prácticas o programas, los cuales son integrados a la operación normal de la empresa y que se basan en la activa toma de decisiones, con esto las empresas logran promover un comportamiento empresarial ético y respetuoso hacia la sociedad y medio ambiente, lo cual compromete a la empresa a un desarrollo sostenible del planeta, siendo esto una de las principales razones de incorporar planes de RSE dentro de ellas. La Comisión *Brundtland* (Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo 1987, esta no ha sufrido modificaciones hasta el día de hoy) ha definido desarrollo sostenible como “*El desarrollo que asegura las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para enfrentarse a sus propias necesidades*” (Comisión del Desarrollo y Medio Ambiente citado en Ramírez et al, 2004: 55. Comisión Brundtland: Nuestro Futuro Común ONU 11/12/1987), esta definición ha sido la principal impulsora hasta el día de hoy, sobre múltiples planes dirigidos por la ONU para mantener y promover prácticas de RSE en naciones y empresas.

Pero como se ha mencionado anteriormente aunque no siempre se busca un beneficio económico explícito, este se puede obtener al aplicar programas de RSE, los cuales se

ven mejor demostrados en los incentivos que aplican algunos gobiernos a las empresas que adoptan y utilizan las políticas de RSE, por ejemplo el gobierno de Chile alienta a las empresas a realizar contribuciones sociales ya que cuando una empresa realiza donaciones a organizaciones de beneficencia esto reduce sus utilidades contables y por tanto reduce sus impuestos¹⁶. De acuerdo a lo estipulado por el SII existen diferentes beneficios que pueden obtener las empresas por realizar donaciones a las instituciones autorizadas para recibir estas donaciones (empresas adjuntadas en anexo), estos beneficios son:

- Leyes, cuya franquicia tributaria, para el donante, consiste en poder rebajar como gasto parte de la donación para el cálculo de la renta líquida imponible
- Leyes, cuya franquicia tributaria, para el donante, consiste en poder utilizar parte de la donación como un crédito en contra de los impuestos¹⁷

También existen los beneficios económicos intrínsecos los cuales son vistos a largo plazo, pero resultan muy significativos para la empresa, estos se presentan como consecuencia de aplicar la RSE ya que primero la empresa mejora su imagen lo cual trae mayor fidelidad por parte de sus consumidores, que por consecuencia causa un aumento de las ventas de la compañía, incrementando directamente el flujo de dinero entrante y mejorando las finanzas de la empresa. Un ejemplo de esto lo da a conocer el grupo Santander, que desde el año 2009 inicio su política de RSE con múltiples proyectos, a modo de ejemplo se destacará el apoyo dado a la fundación “Un techo para Chile” a

¹⁶ Blog La Tercera, "Impuestos ¿Están Bien?". 04 de 08 de 2011.

¹⁷ Fuente SII, Modificación de la Ley de Donaciones, anexada al final del informe.

través de microcréditos, estos resultaron muy beneficiosos luego del terremoto, también crearon el proyecto UNIVERSIA el cual trajo un notable posicionamiento de marca en las universidades, UNIVERSIA se convirtió en una red de 1.216 universidades, presentes en 23 países de Iberoamérica con 14 millones de estudiantes y profesores universitarios representados, en Chile, UNIVERSIA está integrada por 58 instituciones de educación superior, esto representa el 98% del total nacional¹⁸.

Este último proyecto impulsó el hecho de que los jóvenes universitarios se interesarán por abrir sus propias cuentas de ahorro, por consecuencia a esto el grupo Santander se ha convertido en el primero en hacer del sector universitario el eje de su inversión social. Visto desde los beneficios numéricos la inversión social por parte del grupo Santander ha traído mejoras de imagen al invertir en lo social y esto se ve reflejado en sus estados financieros en donde se puede apreciar un gran avance con respecto del año 2009, el cual ha incrementado en \$ 409.125.- (MMS)¹⁹

Ahora que se ha revisado los tres temas principales del informe, educación, RSE y sustentabilidad, se debe entender cómo podemos entrelazar estos temas para crear un informe coherente, tal como se ha dicho anteriormente existe un actor primordial en estos conceptos que nos ayuda a unirlos eficientemente, este actor es la empresa, la cual es la mejor impulsora de estos planes de acción, una empresa bien enfocada puede perfectamente utilizar una eficiente RSE que enfocada a la comunidad crea y aplica políticas que beneficien a la sociedad, uno de estos beneficios sociales es el

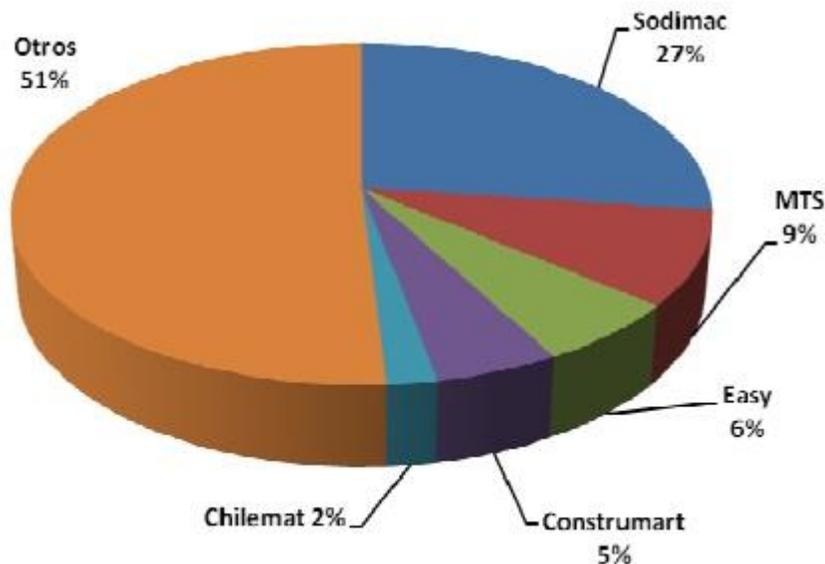
¹⁸ Memoria Sostenibilidad Grupo Santander. Año 2010.

¹⁹ Memoria Sostenibilidad Grupo Santander. Estados Financieros, año 2010.

mejoramiento de la calidad de la educación, lo cual es un tema transversal para todos los ciudadanos, la empresa privada se hace presente entregando programas gratuitos para que los alumnos puedan participar de ellos, estos programas educativos apuntan a crear personas socialmente responsables que apliquen cotidianamente la sustentabilidad y se comprometan al uso eficiente de los recursos, al formar ciudadanos respetuosos con el medio ambiente las personas y las diferentes culturas, se está creando conciencia colectiva y formando personas que en un futuro puedan transformarse en líderes responsables y amigables con el mundo fomentando las prácticas de sustentabilidad orientadas a las políticas de RSE.

Puesto que se ha mostrado anteriormente que la inversión social junto con la creación e implementación de proyectos sociales puede afectar favorablemente a la empresa dándole chances importantes de convertirse en la compañía favorita por los consumidores, tal como el caso antes presentado entre las empresas rivales Homecenter Sodimac e Easy, ambas compiten en el mismo mercado y por los mismos clientes pero pese a que sus productos son muy parecidos Homecenter Sodimac tiene un 27% de participación de mercado esto le entrega la ventaja sobre Easy quién, sólo posee el 6% de participación según lo demuestra el siguiente gráfico.

Gráfico Participación de Mercado de Homecenter



Fuente: Memoria “Desarrollo De Una Metodología Para El Análisis Del Comportamiento De La Industria Del Retail En Chile”, Autor Fernando Javier Lucchini Arteche. Junio 2010. Página 16

Con 58 locales en todo Chile, presencia en 4 países y una visible política de RSE en diferentes aspectos (sociales y ambientales) Sodimac se ha posicionado fuertemente en Chile, mientras que Easy posee 29 tiendas se encuentra en 3 países y no es conocido por realizar inversión social.

Para lograr el liderazgo competitivo una empresa debe basarse en una gestión responsable, que involucra los impactos sociales y medioambientales que pueda generar, también la empresa debe contar con un sistema transparente de rendición de cuentas y un constante diálogo con los medios y la comunidad para mostrar que la intención de implementar la RSE es con propósitos de servicios sociales y no netamente comerciales. En este aspecto existe una norma ISO que se encarga de establecer los procedimientos

que deben seguir las empresas en materia de transparencia, esta norma es la ISO 26.000 la cual es la encargada de alinear los procedimientos y políticas de RSE, apoyar a la empresa a demostrar su compromiso con la RSE, promover la máxima transparencia, ayudar a realizar los análisis de factibilidad, entre otras cosas las cuales se verán en profundidad más adelante.

Desde otro punto de vista, la RSE también es un instrumento para mejorar la imagen marca y el prestigio de una empresa ante sus consumidores y también frente la competencia. Con ayuda de la publicidad conseguida por lanzar proyectos sociales, la empresa logra llamar la atención de potenciales clientes, claro que todo depende del rubro de la empresa, el producto que quiere lanzar y el público objetivo al que quiere llegar porque no todos los países o públicos objetivos tienen las mismas necesidades o realidades, todo esto va dentro de un previo estudio de mercado y factibilidad ya que no es lo mismo lanzar un programa de educación en Chile que en Brasil debido a que las necesidades son distintas, en Brasil la falta de educación es notoria mientras que en Chile la educación es de mejor calidad, sin embargo la falta de conciencia por la conservación de espacios verdes es un problema social actual. Una vez que la empresa entregue estos proyectos a las personas de la comunidad que se verán beneficiadas estas comienzan a ver a la empresa como un ente responsable y confiable. Ante este panorama existe un buen instrumento del marketing que se puede usar, se trata del marketing viral, también conocido como boca a boca, este se entiende como aquella publicidad o mensaje que es bien recibido por las personas y son estas mismas quienes se encargan de difundir el mensaje hacia otras personas de su entorno. Una vez que esta información,

mensaje o publicidad se inserta en lo profundo de una red social, esta obtiene una garantía ya que en el momento en que uno de los integrantes de la red social comience a seguir el mensaje, esto se traduce en comprar el producto y/o usar el servicio, entonces los otros miembros de la red social imitaran esta conducta y esta pasará a ser una conducta aceptable dentro de su entorno, por lo tanto quien emite el mensaje es un ente creíble y aceptable por esa comunidad. Un ejemplo concreto de esto es por ejemplo la publicidad realizada con personajes famosos, como lo ha usado marcas como PEPSI o NIKE o la misma BMW que utilizó a Bruce Lee para promocionar su nuevo modelo de auto, basta con lanzar un comercial con una celebridad famosa y el publico comienza a hacer comentarios como “oye, ¿has visto el nuevo comercial de Ronaldinho?”, “¿Viste a Britney Spears en el nuevo comercial de PEPSI?” y rápidamente el mensaje se expande entre todas las personas que comentan y ven la publicidad. Este tipo de marketing resulta una gran herramienta publicitaria en comunidades pequeñas o grupos específicos ya que si uno llega a recibir el mensaje y le parece atractivo a la sociedad, este mismo individuo se encargará de transmitirlo a los otros miembros del grupo. Este marketing ha evolucionado al Electronic Marketing o E-marketing el cual busca utilizar redes sociales electrónicas (E-mail, blog, twitter, etc) como principal medio de difusión de información para abarcar grandes masas, como gran ejemplo podemos nombrar a la famosa página red social *Facebook* esta permite la creación de cuentas de perfil en donde muchas empresas se crean un perfil y publicitan sus productos, estas cuentas son gratuitas y funcionan cuando se comienzan a agregar personas, estas personas agregan a sus amigos, y los amigos de los amigos agregan a sus amigos, y esa cadena de publicidad no

termina. Lo favorable de este tipo de marketing es que no genera muchos gastos para la empresa, basta con establecer un buen mensaje, fácil de recibir y de entender, optar por un canal de entrega efectivo y una vez lanzado monitorearlo y asegurarse de que tenga una buena aceptación por el público objetivo²⁰.

²⁰ Chica, Abel. Infomipyme <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/marketing/internet/viral.htm>
- Revisado por última vez el 15/12/11

2.3.- Desarrollo de la investigación

Durante el siguiente informe se revisará cuál es el beneficio que une a una empresa y la acción de la RSE a la educación e incentivos de valores en los jóvenes, también se describirá el caso específico de la empresa Gerdau Aza, la cual apoya proyectos educativos y además imparte otro tipo de iniciativas de RSE a través de su Instituto Gerdau, la investigación expondrá los principales puntos que existen al relacionar a la empresa privada con la educación cuando se aplican programas de RSE, se analizará como resulta esto, que beneficios pueden tener ambos y porqué son considerados como RSE. Finalmente en el área de educación existen muchas oportunidades de intercambio estudiantil, se señalarán las que existen entre Chile y Brasil, en qué consisten, cómo se auspician, y cómo las comunidades se favorecen al participar de estas oportunidades, se destacará la acción de la organización AIESEC, se señalará además como los gobiernos incentivan este tipo de prácticas, permitiendo que sus jóvenes talentos amplíen sus horizontes educacionales y experiencias culturales durante su formación.

2.3.1.- Describir la preocupación de la empresa internacional Gerdau AZA frente a proyectos educativos destinados a jóvenes de 15 a 17 años de edad.

Sección A: Sobre la Empresa

Misión: “Generar valor a nuestros clientes, accionistas, colaboradores y a la sociedad, actuando en la industria del acero en forma sostenible”

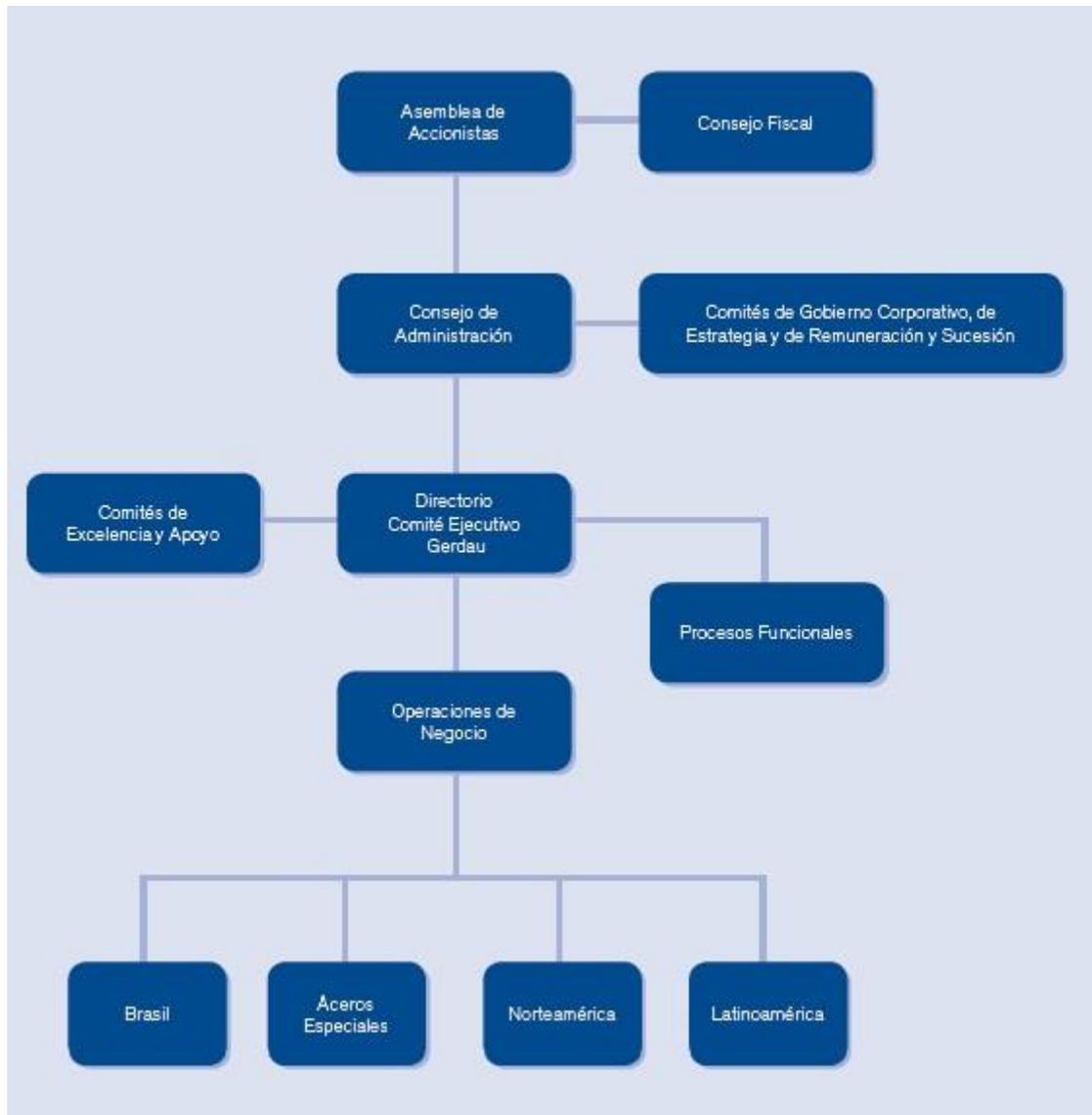
Visión: “Ser global y referente en los negocios en que actúa.”

Valores: Tener la preferencia del CLIENTE, SEGURIDAD de las personas por encima de todo, PERSONAS respetadas, comprometidas y realizadas. EXCELENCIA con SENCILLEZ. Enfoque en RESULTADOS. INTEGRIDAD con todos los públicos. SOSTENIBILIDAD económica, social y ambiental

Estructura Organizacional: El consejo de Administración es presidido por Jorge Gerdau Johannpeter. Mientras que el Comité ejecutivo está formado por: André B. Gerdau Johannpeter, Director Presidente (CEO) y Presidente del Comité Ejecutivo Gerdau (CEG); Claudio Gerdau Johannpeter, Director General de Operaciones (COO); Alfredo Huallem, Vicepresidente Ejecutivo Comercial; Expedito Luz, vicepresidente Ejecutivo Jurídico y de Compliance; Manoel Vitor de Mendonça Filho, Vicepresidente Ejecutivo de la Operación de Negocio Brasil – Açominas; Mario Longhi Filho, Vicepresidente Ejecutivo de la Operación de Negocio Norteamérica, Presidente y CEO de Gerdau Ameristeel; Osvaldo Burgos Schirmer, Vicepresidente Ejecutivo de Finanzas, Contraloría y Relaciones con Inversores; Paulo Fernando Bins de Vasconcellos, Vicepresidente Ejecutivo de la Operación India.²¹

²¹ Información obtenida del Informe Anual Gerdau 2010, Misión, Visión, Valores y Estructura Organizacional.

Organigrama:



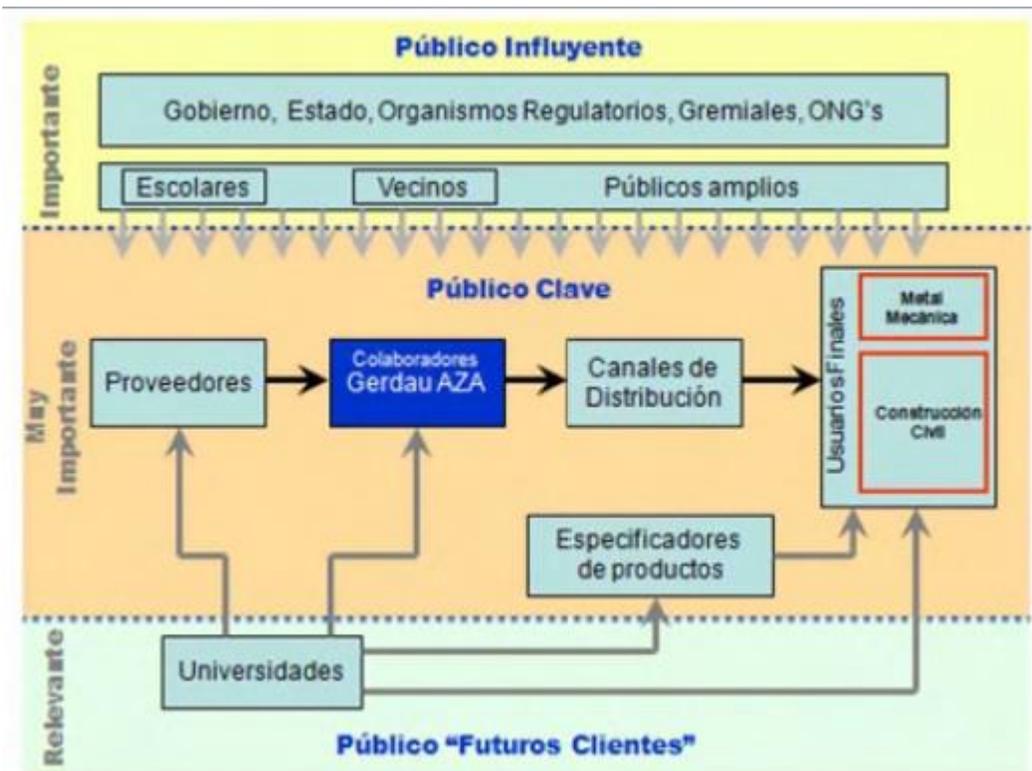
Fuente: Informe Anual 2010, Pág. 7, Estructura del Gobierno Corporativo.

Sección B: Evolución de la Responsabilidad Social en Gerdau

Desde el año 2007, Gerdau internacional ha mostrado una importante preocupación por el medio ambiente es por eso que inicio fuertemente su programa de Responsabilidad Social Empresarial. Como muestra clara de su preocupación por el medio ambiente, la empresa Gerdau mantiene a las unidades industriales rodeadas de cinturones verdes que ayudan a disminuir las emisiones contaminantes producto de las faenas realizadas con los aceros.

En el 2009 sus aportes de RSE, en especial en las unidades de Brasil y Latinoamérica, pasaron de lo netamente medio ambiental hacia lo social también, implementando programas de ayuda a los niños de la comunidad y programas deportivos contando con una estructurada matriz enfocada hacia los grupos de interés.

Gerdau se preocupa de mantener a todos bien informados a través de distintos canales, en la siguiente matriz se pueden ver cuáles son los principales grupos de interés de la empresa.



Fuente: Reporte RSE 2009 GERDAU, Página. 10.

Estos canales de comunicación se refieren a una revista institucional llamada “Alma de Acero” que es entregada cada dos meses en las unidades de América, esta se entrega de forma gratuita a clientes, proveedores, autoridades de gobierno, organismos estatales, dirigentes gremiales, ONGs, usuarios y profesores universitarios de ramos afines a la construcción. También la empresa participa en distintas organizaciones gremiales a las que pertenece, principalmente para tener constante contacto con el gobierno y usuarios de sus productos.

En Chile Gerdau está presente en Santiago en las comunas de Renca y Colina, por lo cual tiene una alta presencia con estas comunidades. En Renca mantiene reuniones con

representantes de la comuna para asegurar una óptima política de reciclaje y otras actividades beneficiosas para la comuna, en Colina el condominio “El Algarrobal” mantiene en sus terrenos una estación de monitoreo de calidad del aire, lo cual beneficia a toda la comuna, en la misma comuna la Escuela de Fútbol Gerdau AZA, recibe a menores de la población “Camino a Coquimbo” intentando así disminuir el riesgo social en menores. Por último, se mantiene constante contacto con el municipio de Colina para desarrollar programas en beneficio de la comunidad.

Dentro de sus propias instalaciones Gerdau da principal interés a sus trabajadores, con constantes encuestas de satisfacción que se realizan anualmente. Mensualmente se reúnen con los sindicatos de la empresa y se solucionan problemas cotidianos, se emiten en cada área de la empresa una vez al mes, un comunicado con los resultados financieros, comerciales, de seguridad y resultado de programas de incentivos de la empresa. Finalmente, anualmente el gerente general invita a una reunión en donde se informa el balance del año y las nuevas metas a los colaboradores de la empresa.

Catalogados como “Muy Importantes” dentro de la matriz de grupos de interés de Gerdau, los colaboradores son quienes reciben directamente los beneficios de los planes de responsabilidad social de la empresa, estos se traducen en:

- ✓ Seguro complementario de salud
- ✓ Seguro dental
- ✓ Seguro de vida
- ✓ Seguro complementario de salud con reembolso catastrófico

- ✓ Seguro de vida y asistencia en viaje laboral
- ✓ Bono de escolaridad
- ✓ Becas escolares de enseñanza técnica y universitaria
- ✓ Bono por nacimiento
- ✓ Bono por matrimonio
- ✓ Bono por fallecimiento
- ✓ Bono de Navidad
- ✓ Bono de Fiestas Patrias
- ✓ Bono de vacaciones
- ✓ Bono de antigüedad

Pero además de los colaboradores Gerdau invierte en programas de ayuda a la comunidad, en Chile se iniciaron varios programas uno de ellos fue dentro de la comuna de Renca en donde se inicio un fuerte programa de reciclaje de chatarra el cual tuvo un impacto positivo con 13 operativos fue tan grande su impacto que se repitió además en la comuna de Pudahuel en donde se realizaron 4 operativos más, en total se recolectaron más de 42,7 toneladas de chatarras. Se realizó un acuerdo con la organización *Un techo para Chile* el cuál se llamó “Reciclando se contribuye a eliminar los campamentos”, con el objetivo de ayudar a las más de 20 mil familias que viven en campamentos a conseguir su vivienda propia, Gerdau en colaboración de *Un Techo Para Chile* se pusieron en campaña para reciclar residuos sólidos, esto le permite a los pobladores reunir dinero para lograr el sueño de la vivienda definitiva.

“Dos de los pilares que sustentan la política de RSE de Gerdau AZA son: el reciclaje y el desarrollo de las comunidades. Si además ambos están involucrados en el mismo proyecto se produce una simbiosis perfecta, que nos obliga a estar presentes en este proyecto²²”. Gerente de marketing, Jorge Manríquez.

Sección C: RSE en la actualidad

Hoy en día los aportes de Gerdau hacia la comunidad que los rodea son muy diversos y son reconocidos por entidades nacionales como PROhumana

“Gerdau sigue los principios del desarrollo sostenible y cree que el crecimiento de una empresa está directamente relacionado con el respeto por el medio ambiente y con el compromiso con la sociedad.²³”

Estos aportes hoy en día están divididos en tres grandes segmentos; a-) Inversiones Sociales; b-) Medio Ambiente y; c-) Reciclaje, estos tres focos de RSE son constantemente publicitados en su sitio web oficial, además de otros proyectos en los cuales aporta Gerdau. Como por ejemplo reciclaje de chatarra, reforestación, ahorro de agua y energía.

Dentro de las inversiones sociales podemos encontrar que debido a su constante preocupación por la comunidad en donde se ubican sus plantas industriales, en el 2005 se creó el Instituto Gerdau responsable de las políticas y directrices de responsabilidad

²² Reporte RSE Gerdau. Año 2009

²³ . Obtenido de www.gerdau.com – Medio Ambiente y Sociedad, año 2011.

social de la empresa, el último año Gerdau invirtió US\$ 56 millones con la participación de más de 9.170 mil voluntarios. Gerdau no sólo participa y apoya estos proyectos, sino que también incita a sus colaboradores a participar en ellos, *“Gerdau tiene la convicción de que sólo la transferencia de recursos no es suficiente para transformar realidades. Así, busca ampliar el alcance de los proyectos sociales que auspicia, mediante la movilización de sus colaboradores, clientes, proveedores, comunidades, poder público e instituciones sociales.”*²⁴

En las directrices de Gerdau para realizar estas inversiones sociales existen algunas normas para mantener el objetivo de sustentabilidad y responsabilidad social de la empresa, por ejemplo desde que iniciaron estas inversiones la empresa ha buscado beneficiar preferentemente a la comunidad vecina a sus unidades de negocios, siempre se favorece a una comunidad nunca a personas individuales, la educación es el principal foco de inversión social de Gerdau ya que constituye la base de la formación de las personas, Gerdau busca siempre aliarse con otras instituciones que persiguen la misma causa es por eso que en el 2009 se unieron a AIESEC para crear el proyecto EduAction, del cual la alumna fue participe en el 2011 e inspiró el tema de este informe.

Dentro de los objetivos de AIESEC y Gerdau ambos buscan individuos que sean emprendedores sociales y organizados, que se enfoquen a desarrollar la infancia y la juventud, estos son para Gerdau la prioridad para la inversión social en las organizaciones insertas en las comunidades vecinas.

²⁴ Obtenido de <http://www.gerdau.com> – Inversiones Sociales. 24 de 12 de 2011.

Podemos destacar algunos de los proyectos actuales de Gerdau durante este año que se realizan en diversos países en donde está presente esta empresa. Continuando con el caso de Chile podemos mencionar algunos proyectos importantes como:

Reforestación del Cerro Calán: esta es una actividad que se realiza en Chile, su claro objetivo es reforestar uno de los cerros más importantes en Santiago, el Cerro Calán, gracias a un convenio firmado entre Gerdau y la ONG RPA Cultiva, se han plantado 16 mil árboles nativos en 30 hectáreas, estos árboles producen 1,4 toneladas de oxígeno y ayudan a eliminar 360 toneladas de polvo de la atmósfera ayudando así a descontaminar el aire de Santiago. La iniciativa recibió el Sello Bicentenario reconocimiento entregado por la presidenta de Chile, Michelle Bachelet en el año 2010, por el aporte al desarrollo del país.

Preservación del Medio Ambiente de la Isla de Pascua: la empresa se comprometió a comprar y reciclar toda la chatarra de la isla desde inicios del año 2010. Este tipo de acciones han permitido que a través de los años Gerdau pueda ser reconocida como una empresa socialmente responsable tanto con el medio ambiente así como con la comunidad que los rodea, tal como se lo reconocen organizaciones como ACCIONRSE y PROhumana, ya antes mencionadas.

Pero también tiene proyectos en otras partes del mundo, en especial en Brasil en donde se presenta fuertemente con proyectos sociales, como por ejemplo:

Copa Voluntario Gerdau: es un proyecto iniciado en Brasil en 76 ciudades con más de 130 mil participantes, su objetivo fue de motivar a sus colaboradores a despertar

su espíritu de voluntariado y participar de actividades recreativas en las comunas, más de 6 mil colaboradores participaron de este evento

Estímulo a la actividad emprendedora: una actividad que se realizó en Brasil y Canadá, a cargo de la organización Junior Achievement, Gerdau y otras empresas cooperaron para que estudiantes de enseñanza básica, media y universitaria despertaran su interés por el espíritu emprendedor y estimularan su desarrollo personal con una visión global de los negocios y tener una mejor entrada al mundo laboral. Gracias a la colaboración de Gerdau la organización Junior Achievement está presente hoy en más de 100 países beneficiando a más de 7 millones de jóvenes.²⁵

Programa 5S: Programa que se desarrolla en las escuelas en Argentina, Brasil y Uruguay, con participación de los colaboradores de Gerdau este programa busca incentivar la cultura de calidad total en el ambiente escolar, esto ayuda a los niños a tener un mejor ambiente de estudio y aprovechar mejor sus materiales y espacios físicos, y preferentemente mejorar la atención de los alumnos, durante el año pasado 7.969 estudiantes de 14 escuelas se vieron beneficiados, este año el programa se extendió a Chile, Colombia, México y Perú.²⁶

Como se ha visto anteriormente la conciencia social de la empresa Gerdau, va incluso más allá de la inversión social, mantienen una estrecha política de preservación del medio ambiente, y en nuestro país se marca bastante debido a que sus plantas están instaladas en nuestra capital en donde la contaminación se ha vuelto un tema muy

²⁵ Obtenido de <http://www.gerdau.com> – Proyectos. 24 de 12 de 2011.

²⁶ Informe Anual Gerdau. Año 2010.

delicado y de suma importancia, sin embargo Gerdau colabora constantemente para reducir su huella de carbono, mediante la plantación de árboles, constantes operativos de reciclaje, reciclando el agua, el cual considera una gran acción de sustentabilidad

TASA DE RECIRCULACIÓN DEL AGUA (%)



Fuente: Informe Anual Gerdau 2010, pág. 44

De esta forma podemos apreciar como Gerdau se adapta a las necesidades de cada país en donde mantiene actividad industrial y colabora a dar una solución a los problemas de la comunidad que lo rodea ya sea creando o auspiciando programas de RSE que aportan a construir una mejor sociedad.

2.3.2.- Reconocer la relación que existe entre Responsabilidad Social Empresarial, educación y empresa.

Con lo revisado anteriormente en el marco teórico, se puede reconocer como un tema tan importante como la educación puede ser combinada perfectamente con un ente que tiene fines de lucro, esto sin perjudicar los valores que se busca al educar a los jóvenes. La empresa por un lado es una organización que al prestar un servicio o entregar un

producto a los consumidores, espera recibir una cuota de beneficios financieros, estos beneficios se traduce en ganancias monetarias, estas ganancias son el fin de la empresa privada la cual puede reinvertirlas o gozar de ellas, si bien el empresario es quién decide qué hacer con estas ganancias, es el mercado quién da la principal pauta para administrar bien los recursos de la empresa, es el caso por ejemplo de Coca-Cola Company líder del mercado de bebidas gaseosas, o Mercedes Benz líder del nicho de mercado de los autos de lujo, o a nivel más local tenemos a Falabella como líder del mercado de las tiendas por departamentos, cuando una empresa está inserta dentro de un mercado competitivo, se debe apegar a lo que sus competidores hacen, o bien crear tendencias que le ayuden a lograr el liderazgo competitivo dentro de su mercado. Una vez que una empresa se convierte en líder debe realizar movimientos acertados para mantener su posición, siempre tomando en cuenta qué harán sus seguidores y cómo poder permanecer en la cima del mercado. La empresa puede crear tendencias que sus seguidores intentarán imitar y mejorar, la empresa comienza a crear nuevos e innovadores métodos de mantener la atención y la fidelidad de sus clientes, esto último concierne totalmente al empresario y es el foco del éxito de su negocios, cuando un cliente es fiel al producto o servicio es difícil que se cambie a la competencia, por ejemplo, no es lo mismo para una persona fiel comprar un jabón para la ropa cualquiera, sino que esa persona fiel a un producto solo comprará el jabón para la ropa de color rosado aroma a lavanda y que no daña la piel ni la ropa. Una vez que tenemos un cliente fiel a nuestro producto este mismo se encarga de hacer publicidad positiva para nuestra empresa, lo cual beneficia el negocio, pero aún mejor que un cliente fiel al producto, es un cliente fiel a nuestra

empresa o nuestra marca o imagen, cuando un cliente es fiel a nuestra marca resulta aún más beneficioso ya que no importa que productos o servicios la empresa comience a explorar y lanzar al mercado, nuestros clientes más fieles van a preferirlos y van a consumirlos por sobre los de la competencia, pero para llegar a esto la empresa debe estructurar un plan muy bien diseñado, ya que si bien tener clientes fieles es algo muy bueno, perderlos por un simple error es muy sencillo y común. Con el fin de tener la mayor cantidad de clientes fieles, la empresa debe realizar las llamadas *inversiones sociales*, y se enfocan a devolver a la comunidad un bien a cambio de que se consuman los bienes que la empresa ofrece, esta inversión social no tiene intenciones de tener una ganancia económica directa, al contrario de lo que sí espera la empresa obtener de la ventas de sus productos y servicios, es por eso que los empresarios han decidido crear y aplicar la llamada Responsabilidad Social Empresarial para enmarcar su preocupación por la gente y mantener una imagen noble y positiva ante sus clientes y la comunidad que los rodea, así mismo logra mantener su liderazgo frente a sus competidores en el mercado . Estas inversiones han sido enmarcadas no como una obligación, sino más bien como una voluntad de la empresa, aún así, la RSE está estandarizada por la nueva Norma ISO 26.000, que fue creada no con un propósito de obligación para las empresas. Esta norma fue lanzada en Noviembre del 2010 y no busca ser certificatoria o regulatoria, sino más bien buscar ser una guía que ayuda para dar una correcta aplicación de las políticas y planes a aquellas empresas que quieren comenzar a aplicar la RSE, con normas estandarizadas y principalmente transparentes, también da pautas para que la empresa logre demostrar de forma eficiente como se ha estado usando la RSE, es

también importante para la empresa realizar eficientes planes de viabilidad para implementar estas inversiones sociales, ya que siempre se debe evaluar cuándo, dónde y cómo invertir²⁷.

La RSE contempla, como ya lo hemos dicho, aspectos de medio ambiente y sociedad y está completamente ligada al concepto de sustentabilidad, en Chile son muchas las empresas que utilizan esta práctica y se preocupan de mejorar sus procesos o innovar en materia de RSE, como lo mencionó el Ranking nacional de RSE este año las 10 empresas más responsables socialmente son actualmente: Gerdau Aza; Chilectra; BCI; Oriencoop; Falabella Retail; Sodimac; BBVA Chile; Banco Santander; Banco Estado Microempresas; Y Pacific Hydro (PROhumana, Ranking Nacional RSE 2011, 2011). Algunas crean y ejecutan estos, mientras que otras patrocinan o auspician estos proyectos que son creados por otras organizaciones, existen muchas ONGs en Chile que se dedican exclusivamente a crear programas y proyectos de responsabilidad social, entendemos que los programas son constantes en un largo periodo de tiempo, mientras que los proyectos son realizados con un objetivo y un tiempo determinado. Estas organizaciones como “Un Techo Para Chile”, “COANIL”, “AIESEC”, entre otras están constantemente trabajando para ayudar a la comunidad en distintos aspectos. Un Techo Para Chile, por ejemplo es una ONG que se preocupa de eliminar los campamentos en nuestro país, y entregar ayuda y asistencia a las familias sin hogar, por ser una empresa sin fines de lucro no puede entregar subsidios, sin embargo recibe el auspicio de Gerdau

²⁷ ISO 26.000, año 2011. Obtenido de Instituto Nacional de Normalización: www.inn.cl 23 de 12 de 2011. Adjuntada en Anexos

y Banco Santander, quienes ofrecen ayuda especial a estas personas, Gerdau se presenta con su programa de RSE en donde recicla chatarras de los campamentos y al comprarla ayuda a las familias a reunir más fondos para sus viviendas, mientras que en Banco Santander organiza corridas para apoyar esta causa. Por otro lado COANIL (Corporación de Ayuda al Niño Limitado) es una organización que apoya a las personas que tienen discapacidad intelectual, pese a que cuenta con donadores, esta organización recibe la colaboración de muchas empresas como Hipermercados Lider, McDonald's, Canon, San Jorge y también del Gobierno de Chile. AIESEC es una organización internacional que participa y crea diversos proyectos de ayuda social en donde los voluntarios internacionales viajan a diferentes países para participar de estos proyectos y crear un impacto positivo en todo el mundo, esta organización cuenta con grandes auspicios de empresas de renombre como TATA consultancy services, NIKE, Unilever, Microsoft, Ericsson, en conjunto con estos socios AIESEC apoya y desarrolla miles de programas de ayuda social al año en todo el mundo, como se revisó en el primer capítulo, con la participación de estudiantes universitarios de todo el mundo²⁸. Dentro de estos proyectos sociales, aquellos más destacados son los que involucran el concepto de educación, ya que resulta ser un concepto transversal para todos y claramente la educación es un derecho para todos sin importar su cultura, edad, idioma o convicción social, la educación abarca un amplio mundo que no solo contempla lo cognitivo, no es sólo el hecho de llevar nuevos profesores a escuelas de bajos recursos, o impartir nuevas materias en las escuelas, es también enseñar a los estudiantes conceptos poco comunes

²⁸ AIESEC. www.aiesec.org. Revisado por última vez el 03 de 01 de 2012.

como aprender a reciclar en su vida cotidiana, o ser innovadores y tener mente emprendedora incluso a los 9 o 10 años, es además ayudar a los jóvenes a aprender de distintas formas, salir del aula de clases y conocer su medio ambiente estando en el, poder otorgarles los recursos necesarios para aprender haciendo lamentablemente una institución educacional de bajos recursos o rurales no pueden entregar estos conocimientos o proveer de estos recursos, es en ese momento que la empresa privada puede hacer un excelente aporte o colaborar con alguna ONG que tiene un plan para satisfacer esa necesidad educacional pero no tiene los recursos monetarios, para estos casos se puede aplicar la RSE presentándose como una herramienta que permite que la inversión social permita a los jóvenes crecer con un gran impacto positivo en sus vidas, creciendo con una mentalidad abierta a vivir y desarrollar buenas e innovadoras soluciones para su entorno, la empresa como lo hemos dicho antes consigue mayor fidelidad de sus clientes y un prestigio de imagen que lo ayuda a continuar con su liderazgo en el mercado o conseguirlo en caso de ser sólo un seguidor.

2.3.3.- Señalar algunas oportunidades de intercambio estudiantil y el incentivo de los gobiernos en alentar estas prácticas en el caso de Chile y Brasil

Según todo lo antes señalado, podemos darnos cuenta cómo puede impactar positivamente el hecho de que nuestros estudiantes jóvenes, puedan despertar en sí mismos interés por temas como sustentabilidad, preservación del medio ambiente, y en especial la responsabilidad social, que puede ser tanto empresarial, como individual, ya

que todos los individuos son capaces de aportar para construir una sociedad responsable y sustentable.

Para promover estos valores en las personas existen organizaciones que se dedican a enseñar y transmitir estos conocimientos a aquellos que quieren convertirse en agentes de cambio positivo en el mundo, un gran ejemplo de esto es la organización internacional sin fines de lucro AIESEC, la cual se ha mencionado en el capítulo uno, con más de 10.000 intercambios al año promoviendo valores y buenas prácticas, esto se puede demostrar más claramente al ver que este informe ha sido creado a partir de que la alumna fue parte de uno de estos intercambios que tiene por finalidad la participación del alumno en un proyecto social internacional. El objetivo de la organización es crear jóvenes conscientes, con una mirada global y tolerancia cultural, que puedan impactar al mundo con ideas novedosas y que contribuyan a mejorar nuestro entorno día a día. AIESEC está presente en Brasil con 32 comités, distribuidos por las ciudades más importantes del país, generando más de 300 oportunidades de intercambios al año a jóvenes de todo el mundo para que conozcan y se inserten en la sociedad brasileña, aprendiendo y enseñando al mismo tiempo, estos jóvenes estudiantes de distintas partes del mundo tienen la oportunidad de vivir una real experiencia de vida al conocer otras realidades que muchas veces es muy distinta a la suya.

Mientras que en Chile, AIESEC está presente en 5 ciudades con 7 comités, y a diferencia de Brasil, Chile genera cerca de 20 posibilidades de intercambios al año, permitiendo la llegada de distintos jóvenes que puedan aprender de nuestra cultura,

impactar en nuestra sociedad y regresar a sus países con una inolvidable experiencia de aprendizaje e intercambio cultural. Algunas de las oportunidades que se han generado en nuestro país son:

Proyecto Discover Your World de AIESEC Valdivia: este proyecto ha sido desarrollado por el comité de Valdivia en donde se trabaja en escuelas de la región, los jóvenes voluntarios extranjeros (trainees) tienen la misión de ayudar a los jóvenes estudiantes chilenos a perder su miedo a los idiomas extranjeros a través de trabajos de grupo, talleres y actividades recreativas divertidas. El proyecto fue desarrollado en escuelas rurales para estudiantes de 13 a 18 años y fue acogido por la Universidad Austral de Chile.

Proyecto Mirada Más Humana de AIESEC Santiago: este proyecto va directamente a apoyar la estrategias de comunicación social de las ONG de nuestra capital, su objetivo es que estas instituciones sin fines de lucro puedan darse más a conocer entre la gente y cuenten con más apoyo por parte de la comunidad, el Trainee deberá crear una forma de mejorar el sitio web de la ONG www.miradamashumana.org esta organización busca proteger los derechos humanos de todas las personas, inclusive de aquellos que aun no nacen, su misión es crear conciencia sobre la brutalidad del aborto.

Proyecto COANIL de AIESEC Santiago: este proyecto busca apoyar a la organización COANIL desde el voluntariado, los trainees deberán realizar un diagnostico de como es la calidad de vida de aquellas personas que teniendo discapacidades intelectuales reciben

apoyo de COANIL para poder llevar una vida lo más normal posible. El proyecto ayuda a todas las unidades de COANIL de la capital.

Proyecto Crece Chile de AIESEC USACH: este proyecto es desarrollado por el comité de la Universidad de Santiago de Chile, el trainee trabajará para promover esta nueva organización, básicamente deberá crear bases de datos de fundaciones internacionales, diseñar un plan estratégico, con planes de marketing y conseguir soporte de alguna entidad internacional, siendo una organización de beneficencia el trainee deberá poder conseguir una reducción de impuestos para esta organización.

Ya que también hemos hablado de posibilidades de intercambios en Brasil vamos a nombrar algunas oportunidades que Brasil ha abierto para que estudiantes chilenos pertenecientes a AIESEC puedan participar.

Proyecto Global Citizen: este proyecto es el más grande en Brasil y se da en casi todos los comités del país, este proyecto es ejecutado en las escuelas y su objetivo es impartir talleres de emprendimiento y sustentabilidad a los alumnos de Brasil, el trainee dará clases en inglés o español para además difundir un nuevo idioma, este proyecto está enfocado para estudiantes entre 14 y 16 años de edad, además se abrirán temas para que los trainees y los estudiantes conversen temas como responsabilidad, liderazgo y diversidad cultural. Cada comité pide entre 4 a 6 trainees, por tanto las vacantes para este proyecto son bastantes.

Projeto Escola de Educação Bilíngüe Ltda. (Escuela de educación Bilingüe)

AIESEC Goiania: este proyecto fue creado por el comité de Goiania que apunta a

impactar niños y jóvenes de escuelas públicas y privadas, esto lo logran mediante la creación de nuevos puestos de trabajo en los cuales los trainees que quieran tomar esa posición deberán trabajar en talleres acerca de diversidad cultural, sustentabilidad e internacionalización con la intención de mostrar a los niños una visión más amplia del mundo, estos trainees trabajan en grupo durante las clases y se enfocan a jóvenes de 11 a 16 años.

Proyecto Gira Mundo de AIESEC Salvador: es un proyecto en el cual el comité de AIESEC en la ciudad de Salvador de Bahía auspicia a una ONG dándole la oportunidad de traer un voluntario extranjero el cual trabajará en la ONG realizando talleres a los niños, jóvenes y adultos para desarrollar en ellos una actitud emprendedora, mentes abiertas e innovadoras. El proyecto traerá a 4 trainees los cuales trabajarán en 2 ONG, los voluntarios extranjeros realizaran talleres referentes a problemas de responsabilidad social, medio ambientales, emprendimiento, derechos humanos y multiculturalidad.

Muchos de los proyectos en Brasil son muy parecidos y tratan de educar a la población, en especial a los jóvenes a abrir sus fronteras y visión de mundo, desarrollar habilidades de emprendimiento y tener el concepto de sustentabilidad presente en su diario vivir, mientras que en Chile la mayoría de los proyectos son de apoyo a instituciones benéficas o ONG que necesitan conseguir apoyo y desarrollar planes de marketing y publicidad.²⁹

Pero también existen otras instituciones que promueven el intercambio de estudiantes, instituciones que se enfocan directamente a ampliar el conocimiento cognitivo de los

²⁹ Información de los Proyectos sacados de www.aiesec.org. Revisado por última vez el 03 de 01 de 2012.

jóvenes promoviendo intercambios estudiantiles desde muy temprana edad, es el caso de la organización brasileña BELTA por sus siglas en inglés (Brazilian Educational & Language Travel Association), esta organización agrupa las principales instituciones de educación, pasantías e intercambio estudiantil en Brasil, Belta busca desarrollar y facilitar una educación global logrando así una mayor integración entre las naciones, además se compromete a prestar un servicio con excelencia y calidad y difundir las posibilidades de programas de educación internacional en los países. Su objetivo es orientar los estudiantes y profesionales sobre sus mejores alternativas para tomar cursos en el exterior, realizando intercambios estudiantiles, pasantías o estudios avanzados. En Chile, Belta es auspiciado por COINED (Comisión de Intercambio Educativo), su objetivo es que las personas aprendan español y al mismo tiempo puedan realizar una experiencia de intercambio, también es auspiciado por ENFOREX la cual es una de las más prestigiosas organizaciones que promueven el idioma español, tanto en España como en América Latina, en Chile promueve en intercambio en escuelas de Santiago.

2.3.4 Propuesta Final

Ahora que ya se ha revisado los tres objetivos específicos podemos dar mayor enfoque a lo que se ha propuesto como objetivo general de este informe, lo cual es describir el beneficio que obtienen las empresas cuando se involucran en proyectos educacionales desde la Responsabilidad Social Empresarial, centrado en jóvenes entre 15 a 18 años para desarrollar su preocupación por el Medio Ambiente, Sustentabilidad y ampliar sus competencias blandas

Se analizará esta propuesta por paso, primero se debe entender que se quiere decir al describir el beneficio que obtienen las empresas, como se vio en el punto 2.3.3, existe una unión de beneficios que causa al aplicar proyectos educacionales, también hemos revisado que son variados y no solo son beneficiosos al momento de aplicarlo directamente en escuelas, sino que también cuando se apoyan a organizaciones que apoyan a jóvenes a desarrollarse e incrementar sus habilidades.

Segundo, es importante también referirnos a las antes mencionadas competencias blandas, es por eso que ahora se debe enfatizar en su significado, el más acertado para el informe sería, aquellas que están asociadas a las emociones, la cultura y los valores de las personas, es por eso que se habla específicamente de diversidad cultural y motivación personal, estas son claves en los jóvenes que mientras se educan en distintos aspectos deben también estar pendientes del mundo que los rodea, las diferencias culturales que existen y que cada día son más notorias y presentes. Hoy con la tecnología y la conectividad, por ejemplo un adolescente de Chile puede tener una

perfecta amistad con un adolescente de Rusia, pero debe tener en cuenta diferencias como el idioma, la diferencia de climas y estaciones del año, la forma de vestir, etc. y es por eso que conocer sobre la diversidad cultural y sus ventajas es muy importante para los jóvenes hoy en día, también está la motivación personal, generalmente los jóvenes mientras van creciendo comienzan a sentirse delimitados en ideas y también por su entorno social, es importante continuar alentando a los adolescentes especialmente en esta etapa de crecimiento, dejarlos explorar y motivarlos a seguir con sus ideas y aspiraciones inclusive si no son convencionales a lo que usualmente se ve en su comunidad.

Tercero, motivar valores de sustentabilidad y cuidado del medio ambiente. Junto con desarrollar habilidades blandas en un contexto de potenciar a los jóvenes en temas actuales, la sustentabilidad se convierte en un tema muy importante para cualquier área de trabajo, en especial para un país como Chile en donde los recursos naturales son tan diversos y explotados. Las personas sin importar su edad pueden hacer algo para mantener el medio ambiente agradable y sano, y es importante enseñar esto a los niños e insertar el concepto de sustentabilidad y cuidado del medio ambiente, ahora si bien se ha definido que significa sustentabilidad en el Marco Teórico, es también importante entender que significa Medio Ambiente, y este es todo el medio que nos rodea, no se refiere únicamente a la naturaleza o áreas verdes que puedan estar insertas en la sociedad, también es la gente que nos rodea, mantener una actitud agradable y tolerante, ante quienes nos rodea pese a que muchas veces no tenemos temas de interés en común es importante para ayudar a cuidar nuestro medio ambiente, también es preservar aquello

que el hombre ha construido, calles, edificios, muros, etc. no rayar murallas, no destruir las calles o señaléticas son parte importante de contribuir a preservar y cuidar nuestro medio ambiente. Una definición más técnica la entrega la Conferencia de las naciones Unidas y dice que el Medio Ambiente es el “conjunto de componentes físicos, químicos, biológicos y sociales capaces de causar efectos directos o indirectos, en un plazo corto o largo, sobre los seres vivos y las actividades humanas”³⁰.

Cuarto, el trabajo se refiere a jóvenes de 15 a 18 años, y ¿por qué no menores o mayores?, basándonos en el informe realizado por la Ingeniera Marcia Brito en mayo del 2009 quién habló sobre qué es y cómo desarrollar la educación medio ambiental en los jóvenes como una práctica común en las escuelas, y junto con las realidades que se pueden percibir se puede decir que la edad elegida es en donde los jóvenes comienzan a adquirir una relación más fuerte con el concepto de responsabilidad y pueden comprender con una mayor madurez la importancia de los temas ambientales en el mundo. Si tomamos jóvenes menores de esta edad es muy prudente enseñarles los conceptos y explicarles por qué es bueno, pero no es muy factible el hecho de que lo aplicarán, ahora si se les enseña a una edad mayor lo más seguro es que como no se han hecho la costumbre o no tienen la cultura de estar interiorizado con estos conceptos o valores, lo más probable es que no lo apliquen y seguramente lo ignoren y olviden. Según el estudio antes nombrado, durante la edad Pre-Escolar (antes de los 7 años) es muy bueno reforzar estos conceptos de respeto hacia la naturaleza y todo lo que nos rodea. Durante la edad primaria (7 a los 14 años), plantearle los problemas a los jóvenes

³⁰ Obtenido de www.portalmedioambiente.com. Revisado por última vez el 07 de 01 de 2011.

para que puedan entender el panorama actual forma parte de una buena enseñanza acorde a sus capacidades, también es bueno reforzar los conceptos y relacionar la tecnología con el uso de los recursos naturales para crear soluciones cotidianas y locales, es en esta etapa en donde podemos desarrollar valores y cambios de actitud. Ya en la secundaria (15 hasta los 18 años) los jóvenes tienen una mayor comprensión de los conceptos y de la problemática ambiental ya a nivel local, y pueden ver o percibir sus necesidades medio ambientales, y en menor grado a nivel global, ahora pueden desarrollar procesos ambientales no solo como acciones aisladas, sino como acciones sistemáticas mejor estructuradas y ejecutadas, pueden realizar un mejor análisis y entregar soluciones a largo y corto plazo, en esta etapa los jóvenes se vuelven protagonistas activos dando a conocer completamente sus valores, su cultura y su preocupación por el medio ambiente³¹.

Por último, por qué emplear estos proyectos educacionales en programas de RSE en empresas enfocadas a los negocios internacionales. En la antigüedad y desde la revolución industrial la empresa ha sido vista como un ente frío que busca lucrar y aumentar sus ganancias, que ha incluso llegado a utilizar prácticas poco ética o incluso ilegales para conseguir su objetivo. Con el tiempo y el avance de los procesos sociales las empresas ha comenzado a sensibilizarse dando importancia al cuidado de la sociedad e impulsando el concepto de sustentabilidad. Gracias a estos cambios sociales el uso de la RSE en las empresas ha logrado cambiar un poco esta percepción que tienen las

³¹ Brito, Marcia, Ingeniera. Obtenido de http://www.slideshare.net/Marcia_eug/ desarrollo-sustentable-1459000 . Última revisión el 29 de 12 de 2011.

personas sobre estas. Un ejemplo claro es la marca NIKE, hace años fue acusada de explotar a sus trabajadores y eso afectó mucho su reputación, luego de un cambio en sus políticas sociales y de haber iniciado programas de RSE, el resultado es que hoy en día ha regresado a ser una marca prestigiosa y valorada por sus consumidores.

Cómo se ha visto anteriormente cuando se implementa una política destacada y eficiente de RSE, esto por sí solo trae prestigio a la empresa, una empresa amigable con su entorno y su comunidad es una empresa favorita por los consumidores. Hoy en día muchas personas y sociedades, están pendientes de cómo preservar su entorno y los recursos naturales que tienen, es el caso por ejemplo de marcas como Coca-Cola que siendo una gran marca internacional líder durante años en su mercado emplea estos planes de RSE y logra adquirir mayor mercado y más fidelidad por parte de sus clientes al ser vista como una empresa responsable y amigable con la gente, pero no es sólo ser amigable, sino que también asociarse con otras empresas iguales, el hecho de tener proveedores socialmente responsables aumenta aún más su credibilidad, por ejemplo la empresa Natural Response SA, que es una pequeña empresa proveedora de Coca-Cola que los abastece de un producto llamado Saponina (un compuesto de la bebida cola), esta empresa obtiene el producto de los árboles en Chile y para hacerlo debe talar varias hectáreas al año, sin embargo su programa de reforestación es tan eficiente que no causa impacto alguno al bosque de donde extrae su materia prima³².

³² Natural Response S.A. Obtenido de su sitio web:
<http://www.naturalresponse.cl/NR/sites/default/files/Microsoft%20Word%20-%20El%20Manejo%20Forestal.pdf> . Última revisión el 05 de 01 de 2012.

Capítulo 3: Conclusiones

Una vez que se han revisado los beneficios que trae la responsabilidad social en las empresas, es importante señalar que el proyecto realizado en Brasil por la alumna prioriza las necesidades locales de educación en la población las cuales son distintas dentro de nuestro país ya que la tasa de analfabetismo en Chile y Brasil son distintas, por tanto las necesidades son distintas y como se ha mostrado anteriormente el informe PISA del 2009 señala que Chile está bien posicionado en materia de educación dentro de los países de Latinoamérica.

En este informe se habla sobre una nueva forma de educar, la educación ambiental, la cual sí viene siendo un tema de prioridad en Chile, siendo un enfoque muy importante dentro de la Responsabilidad Social de las empresas de nuestro país él cual es rico en recursos naturales es por esto que estos recursos son altamente explotados para crear suministros para las materias primas. Para no deteriorar nuestro medio ambiente es necesario que las empresas apliquen y participen de estos programas de Responsabilidad Social Empresarial, no sólo cuidando el medio ambiente, sino que además enseñando a la población a hacerlo también.

Para concluir este informe se puede entregar tres afirmaciones, las cuales han sido previamente demostradas con ejemplos y estudios.

Primero, la aplicación de RSE en las empresas, sin importar su rubro trae consigo una mejoría en la imagen y prestigio, lo que atrae más clientes y por consecuencia aquellos

que ya eran habituales o gustaban de la empresa previamente, ahora se convierten en clientes fieles a la marca apoyando, si la empresa decidiera, nuevos productos que pueden ser muy diferentes dentro del mercado, así la empresa privada puede invertir en innovación con un menor riesgo de ser rechazados por los consumidores. También logra ser vista como un ente amigable, tal como se señala anteriormente, la empresa pierde esa imagen de “crueldad y abuso” para convertirse en algo “amigable y responsable” con las personas.

La segunda afirmación trata sobre la aplicación de proyectos impulsados por ONGs, estas empresas que no tienen un objetivo lucrativo en sus actividades tienen muchas veces el recurso humano, la planeación del proyecto y el público que se verá beneficiado, sin embargo no cuentan con lo necesario para ponerlo en marcha, esto se puede ver traducido en falta de capital monetario, inmueble o materiales. Cuando una empresa con fines de lucro crea un proyecto por sí sola debe invertir en la planeación con todo el tiempo y horas hombre que eso involucra y en la ejecución de este también, es por esto que es mucho más productivo para la empresa privada auspiciar o colaborar con un proyecto que ya ha sido creado y planificado por una ONG, ya que el capital aportado y el tiempo gastado en la aplicación de la RSE no será tanto, y finalmente el reconocimiento que recibe es igual de importante en caso de planificarlo o solamente ayudar a ejecutarlo y forma parte además de una estrategia de publicidad el hecho de asociarse con ONGs.

La tercera afirmación sería el hecho de que, tal como se ha dicho anteriormente, la educación es un tema transversal en todas las áreas del comercio, ya sea capacitar a un trabajador, o premiar a los hijos de los empleados que tengan un promedio escolar alto. La educación corresponde a un tema de suma importancia y jamás se ve como algo obsoleto o poco práctico. Crear proyectos con temas en la educación no es algo nuevo, sin embargo lo emocionante de esto radica en la forma de enseñar y en qué se enseña, es muy distinto para un alumno asistir a una clase de matemáticas en donde tiene que escuchar a su profesor dictar ecuaciones o anotar complicadas fórmulas que tiene que resolver, a escuchar a una persona extranjera que les cuenta como plantar una semilla y convertirlo en un árbol, que beneficios trae y como ayuda esto al planeta luego salir al patio y sembrar esa semilla en tierra fértil dar a conocer sus ideas sobre el proyecto conversarlo con los amigos y la maestra extranjera la cual tiene una visión distinta para compartir.

Para finalizar se puede decir que el uso de la RSE constituye un alto grado de preocupación de parte de todas las personas, ya sean naturales o jurídicas y que los gobiernos deberían alentar estas prácticas, tal como se mostro al entregar la ISO 26.000 que es una ayuda para las empresas que desean aplicar la RSE de forma responsable, y tal como dijo el profesor estadounidense defensor de la educación pública Horace Mann *“El maestro que intenta enseñar sin inspirar en el alumno el deseo de aprender está tratando de forjar un hierro frío.”*

Bibliografía

Leal, Alberto. Columna “Voluntarias” publicado em el Diario de Pernambuco, página Editorial B4. 22 de Abril de 2011.

Ranking Nacional RSE 2011. Publicado en Revista “Qué Pasa”, Número especial.

Informe Anual Gerdau AZA 2007 “Creciendo con las Personas”

Informe Anual GERDAU AZA 2010 “Desafíos que Fortalecen”

ISO 26.000. Obtenido del Instituto Nacional de Normalización www.inn.cl

Reporte RSE Gerdau 2009

Reporte de Sustentabilidad Banco Santander Chile 2010. Edición Bicentenario

Resumen de Resultados PISA 2009- Chile.

Wiki “EduAction Global Pilot Project”. www.myaiesec.net, intranet

Anexos

- ✓ Reporte Anual GERDAU AZA 2009
- ✓ Memoria Anual Gerdau 2010
- ✓ Informe PISA 2009
- ✓ Ranking nacional RSE, QUE PASA
- ✓ ISO 26.000
- ✓ SII ley de donaciones