



Las empresas españolas se comprometen con Brasil



La integración de los objetivos de la empresa con la realidad que la rodea ha pasado a formar parte de las estrategias de las grandes corporaciones. De esta forma, el concepto de responsabilidad deja de articularse en torno a proyectos aislados y se introduce en el día a día; es decir, la sostenibilidad pasa a ser un elemento endógeno que determinará la manera en que una compañía se relaciona con el mundo y gestiona sus intereses.

La relación con el entorno resulta especialmente importante para la empresa cuando llega por primera vez a un país e intenta reforzar allí sus vínculos. Por ello, las compañías españolas instaladas en Brasil están haciendo grandes esfuerzos a través de iniciativas basadas en la protección ambiental, la igualdad y la educación, que ayudan a crear en el brasileño una percepción muy positiva sobre sus marcas, en un momento en el que el cliente y la sociedad en general son más críticos que nunca y exigen transpa-

rencia y responsabilidad de las instituciones con las que se relacionan.

Cuando se realiza una planificación no se puede dejar de mirar alrededor e identificar las debilidades ante las que iniciar un compromiso; y Brasil, pese a ser una de las economías más fuertes del mundo, se ve afectada por amenazas como la desigualdad. El país se encuentra entre los 10 más desiguales del mundo y sufre graves carencias en áreas como la sanidad y la educación.

Desde el año 2002, el Banco Santander

Brasil lleva ayudando a salir de la situación de pobreza a miles de brasileños a través del Plan Prospera de concesión de microcréditos. En 2017, el banco español concedió préstamos dentro de este programa por valor de más de 198 millones de euros, un 32,9% más que el año anterior. Los beneficiarios de la iniciativa son pequeños empresarios, artesanos o emprendedores, que solo necesitaban de una pequeña ayuda para poder gestionar su idea en un entorno hostil; más de la mitad de ellos son mujeres y la mayoría



residen en las zonas menos favorecidas de las grandes ciudades y en el nordeste del país.

Documentación

Memória de Sustentabilidade
Ed. Câmara Oficial Española de Comercio en Brasil,
2016, 56 págs., en portugués

La infancia es el foco de buena parte de las intervenciones de las empresas, en especial en las áreas de educación y formación. Es el caso de Arteris, filial de Abertis, que, pensando en los más pequeños, lleva años difundiendo buenas prácticas de circulación vial en colaboración con escuelas de diferentes estados del país. La compañía ha creado el Fórum Arteris de la Juventud, que difunde dinámicas de capacitación e intercambio de experiencias en materia de seguridad vial.

La empresa, que gestiona diversas autopistas en Brasil, involucra en sus proyectos a comunidades próximas a esas vías y las diseña basándose en la naturaleza de su actividad. Otros frentes de

Entrevista a Miguel Minguillo, gerente ejecutivo de SocialZink en Brasil

La consultora española SocialZink desarrolla proyectos socioeconómicos y medioambientales en el área de la gestión sostenible dentro del país.

¿En qué momento las empresas comienzan a involucrarse en proyectos sociales?

La sostenibilidad corporativa viene siendo debatida desde los noventa hasta ahora. Fue entonces cuando los nuevos paradigmas de gestión comenzaron a considerar tres dimensiones: la social, o impacto en las comunidades y en las propias organizaciones, la ambiental y la económica. A escala internacional fue decisiva la publicación del informe "Our Common Future" elaborado en 1987 para la ONU, que hizo que se virase el rumbo hacia un nuevo modelo de desarrollo.

¿Cómo se ha evolucionado desde entonces?

En estos momentos es muy importante el interés por evaluar y medir las acciones que se llevan a cabo. La Global Reporting Initiative, institución independiente que creó el primer estándar mundial de lineamientos para la elaboración de memorias de evaluación de sostenibilidad, ofrece una referencia para que estas sistematicen y puedan revisar de forma puntual los indicadores de su modelo de gestión.

¿Es posible cuantificar la inversión de las empresas en Brasil en este ámbito?

Desde 2007 se realiza anualmente la encuesta "Benchmarking de la Inversión Social Corporativa" que dirige la entidad Comunitas.



Entre 2007 y 2011 el gasto medio anual del grupo de empresas analizadas fue de 2.300 millones de reales (unos 505 millones de euros) y la media anual de los últimos cinco años es de 2.800 millones de reales (más de 615 millones de euros), pese a las oscilaciones en la economía brasileña de los últimos ejercicios. En su mayoría son inversiones privadas, ya que solo el 20% de ellas se realizaron motivadas por incentivos fiscales.

¿Hasta qué punto son importantes los incentivos fiscales?

Invertir vía incentivos fiscales puede ser una buena manera de estimular e iniciar la inversión social. En Brasil, tanto el Gobierno federal como los estatales y municipales ofrecen incentivos.

¿Cuál es la contrapartida para las empresas?

Ser una empresa sostenible o socialmente más responsable tiene beneficios a largo plazo. Contar con ese reconocimiento le aporta un valor añadido y una mayor competitividad. No es ningún demérito divulgar estas actividades, aunque debe ser hecho con responsabilidad, haciendo públicos los fines y cómo se llega a ellos.

¿Cuáles son los desafíos para el futuro?

La principal complejidad es evitar priorizar uno de los tres pilares que conforman el *triple bottom line* -económico, social y ambiental- en detrimento de los otros y buscar constantemente medios de gestión y evaluación.

Entrevista a Rafael Fernando Feldmann, abogado de Mattos Filho y vicepresidente del Comité de Sostenibilidad de la Cámara Española de Comercio en Brasil

Este abogado especializado en temas medioambientales defiende el papel protagonista de las empresas en la protección del medio ambiente en Brasil y los esfuerzos que se están llevando a cabo en esta materia, pese a que las legislaciones e incentivos no están aún muy desarrollados.

¿Por qué es tan importante la inversión de las grandes empresas en medio ambiente en Brasil?

Brasil es el país con la mayor diversidad ambiental del mundo. Además, la legislación brasileña en este campo es extremadamente compleja y ello requiere que los requisitos ambientales sean cumplidos estrictamente.

¿Cómo es allí esta inversión en comparación con otros países de la zona?

A pesar de que los datos son difíciles de estimar, es probable que sea superior. El hecho de que otros países no posean el mismo grado de sofisticación con relación a la protección ambiental presupone que los números sean mayores aquí.

¿Se puede comparar la protección medioambiental en Brasil con la de Europa?

La UE es una gran referencia en conservación ambiental. Las directrices europeas son la base de diversas normativas mundiales en la materia y los resultados recogidos desde la Conferencia de Estocolmo (1972, el primer gran tratado internacional en materia ambiental) son impresionantes.

El mercado de carbono, creado por el Protocolo de Kioto (1997), se volvió realmente efectivo sobre todo en la primera década del siglo XXI. La gestión de residuos y de áreas contaminadas está también muy desarrollada. Por este motivo, es extremadamente complejo trazar comparativas entre Brasil y la UE de manera completa, pero se puede decir que ambos poseen parámetros restrictivos y ambiciosos en cuanto a la conservación del medio ambiente.

¿Sustituyen las empresas al Gobierno en la tarea de protección medioambiental?

Sin duda. Diversas áreas reservadas para la conservación ambiental no son de ámbito público. El mayor avance de la legislación en estos momentos es permitir la creación de reservas de uso particular clasificadas como Reserva Particular de Patrimonio Natural (RPPN), que se vuelven esenciales para la conservación de la biodiversidad. Esto ya está garantizado y diversas empresas se están adhiriendo.



¿En qué actividades invierten más las empresas?

Podemos destacar la inversión de empresas españolas en energías renovables y, principalmente, en generación eólica y solar. Las fuentes eólicas en Brasil llegan a abastecer a cerca del 10% de todo el territorio nacional durante algunos meses, y con el abaratamiento de las inversiones que viene produciéndose en los últimos tiempos este dato aumentará a lo largo de los años. Varios representantes españoles están muy bien posicionados en este campo.

¿Cuáles serán las áreas de mayor interés en el futuro?

La generación de energía renovable es algo que ya se tornó una realidad, pero aun así ganará cada vez más cuerpo en los próximos años. Felizmente es un camino sin retorno, pero no podemos descartar otros frentes como las inversiones en activos forestales y el desarrollo del mercado de carbono, iniciativa que se enfrió en los últimos tiempos pero que se está retomando en virtud del nuevo acuerdo de París firmado en 2015.

¿Cuál es el retorno que reciben las empresas de estas inversiones?

Los beneficios que se obtienen con una práctica ambiental adecuada son diversos y uno de los principales es la reputación corporativa. Además, el régimen de responsabilidad por daños ambientales en Brasil es extremadamente conservador y puede afectar a diversos entes de una cadena comercial. Por este motivo, garantizar el cumplimiento de las normas ambientales y las debidas inversiones en sostenibilidad también mitiga ese riesgo.

¿Ofrece Brasil incentivos fiscales a las empresas por sus iniciativas para la protección del medio ambiente?

De manera general, actualmente no. Una práctica que se ha adoptado últimamente es la utilización de instrumentos de mercado para estimular el uso de biocombustibles, pero la utilización de incentivos fiscales con una finalidad ambiental todavía es algo incipiente. Desde hace unos años se discute en el Congreso la creación de un IR Ecológico, por medio de un sistema muy similar a la Ley Rouaner, aunque la iniciativa no progresa.

¿Cómo valora el compromiso de las empresas españolas en Brasil?

Sin duda, hay innumerables empresas españolas que son un buen ejemplo. La Cámara Española tiene un papel importante al organizar anualmente un premio en el que participan decenas de compañías.



actuación de la compañía son, además, la cultura, el deporte y el medio ambiente, centrados siempre en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

Medio ambiente

La protección del medio ambiente en Brasil forma parte de un largo debate sobre los efectos nefastos producidos por muchos años de una legislación más bien laxa al respecto.

En este ámbito, Telefónica se ha comprometido con el reciclaje en un exitoso programa que consiguió reutilizar 120.000 aparatos telefónicos en un año. El proyecto más ambicioso de la compañía de telecomunicaciones es el incremento progresivo del uso de energías renovables en su actividad diaria, hasta conseguir que estas sean la fuente del 100% de su consumo de aquí a 2030.

La protección del ecosistema en los lugares donde interviene también forma parte de la agenda de Gas Natural, que intenta causar con su actividad el mínimo impacto posible en la fauna y la flora.

Acciona sigue esa misma línea y lleva a cabo un proyecto de protección de la fauna, con un programa de monitorización de tortugas y aves en aquellos espacios don-

de desarrolla obras; además, trabaja en la reducción de emisiones de carbono para luchar contra el cambio climático.

Las intervenciones relacionadas con la responsabilidad son numerosas y difíciles de cuantificar, por lo que resulta inevitable preguntarse cuál es la contrapartida para la empresa. Una buena estrategia en este campo tiene que incluir a todos los eslabones de la cadena, desde clientes hasta trabajadores. Un ejemplo de que esto es posible lo encontramos en el Banco Santander, que ha logrado que el 60% de sus trabajadores participe en el programa Amigo de Valor de atracción de recursos para acciones de protección de la infancia.

En la estrategia de la compañía se debe integrar, además, a proveedores o empresas subcontratadas para evitar así contradicciones e incoherencias que lleven a confundir la acción social con el mero *marketing* social. Una buena estrategia de sostenibilidad debe basarse en presupuestos éticos, pero también debe incluir mecanismos de revisión y autocrítica.

Pequeña empresa

La inversión en sostenibilidad y responsabilidad forma parte de las agendas de las grandes corporaciones, mientras parece

DIRECCIONES DE INTERÉS

EN BRASIL

Oficina Económica y Comercial de España en São Paulo

Praça General Gentil Falcao, 108 - 8º andar CJ. 82 - Barrio Brooklin Novo

São Paulo 4571-150

Tel. 00 55 115 105 43 78

saopaulo@comercio.mineco.es

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Brasilia

SES - Av. das Nações, Quadra 811, Lote 44

70.429-900 Brasilia

Tel. 00 55 613 242 93 94

brasil@comercio.mineco.es

impensable para las pymes. Sin embargo, en muchas ocasiones, las acciones de las pequeñas empresas ya incluyen sin darse cuenta una base ética y de relación sostenible con el entorno.

El papel de las entidades que fomentan el trabajo en esta área es fundamental. Destaca el esfuerzo realizado por el Instituto Ethos en la movilización, sensibilización y colaboración con las empresas para que dirijan sus negocios de forma responsable, especialmente desde el año 2000.

Otra iniciativa en este sentido es el Premio de Sustentabilidade de la Cámara Española de Comercio en Brasil, que fomenta y reconoce acciones en los campos social, ambiental y de gobernanza. Está dirigido a grandes empresas asociadas, pero también a las más pequeñas, sean o no asociadas. En los últimos años ha reconocido proyectos de las españolas Arteris y Socialzink.

ÁNGELES DOBAO, BECARIA DEL IGAPE

EN OFECOMES SÃO PAULO

SÍGANOS

