

16-04-09

Entrevistado: Lic. Mario Yaniskowski
Gerente de Relaciones Institucionales de TGS

GS: Bien, seguimos con la segunda entrevista de hoy y la pequeña introducción para esta entrevista es que hay empresas que realizan actividades de responsabilidad social empresaria y las comunican publicitariamente, no voy a hacer nombres, pero las podemos ver y escuchar, por ejemplo en el rubro alimentos y bebidas o entidades bancarias que lo hacen y es muy bueno. Pero hay otro sinnúmero de empresas que llevan adelante estas actividades, que son desconocidas para el público porque su presupuesto tal vez no da para publicitarlas y que es muy importante que las conozcamos, por eso invitamos hoy al Lic. Mario Yaniskowski, que es el Gerente de Relaciones Institucionales de TGS para que nos cuente algo sobre lo que hacen en su empresa. Le agradecemos también su visita y lo saludamos, hola Mario, buenas tardes, cómo estás?

MY: Hola Gerardo, bien gracias.

GS: Antes de hablar del tema específico, RSE, por qué no nos decís en dos palabras qué es TGS para ubicar a los oyentes.

MY: TGS es la empresa que transporta gas desde la zona sur, Neuquén hacia el cordón del conurbano bonaerense. Transporta gas por gasoductos, lo que antes hacía Gas del Estado, el Área de Transporte de Gas del Estado, a partir de 1992 se privatizó y el sector gasífero se transformó en tres partes: la distribución, la producción y el transporte.

GS: O sea llevan el gas desde el punto de producción al punto de consumo.

MY: Perfecto.

GS: Ya tenemos ubicada TGS y hace unos días en la Universidad de Palermo explicaste cómo habían ganado un Premio Eikon con una actividad de RSE, por eso nos interesaría que nos cuentes, primero en qué consiste la actividad y después cómo lo ganaron.

MY: Hiciste una buena introducción que es el perfil de comunicación que tiene TGS y muchas empresas tienen, que es bajo a la hora de comunicar, las acciones de responsabilidad social, porque es también una posibilidad que se tiene de comunicar lo que se va haciendo en el grado que cada empresa quiere hacer. Y uno de los mecanismos de comunicación que tiene la responsabilidad social son los reportes de sustentabilidad. Nosotros ya estamos haciendo el segundo, que es un resumen donde se presentan todos los programas sociales que tiene cada empresa.

GS: Que en un futuro no muy lejano tal vez vaya a ser obligatorio.

MY: Hay una tendencia a querer cambiar los conceptos de RSE hacia la obligatoriedad. Las empresas y lo que los filósofos de la responsabilidad social tienen y tenemos muy claro es que el concepto fundamental es la no obligatoriedad de la responsabilidad social, porque ahí es donde está el dinamismo, donde está el empuje. Cuando en nuestro país buscamos normatizar o legalizar algunos conceptos los complicamos. Y además vamos a obligar a que empresas que no están comprometidas con estos valores y con estas estrategias de RSE, a hacer algo que va a pasar a ser filantropismo.

GS: Desde este programa entendemos que RSE no es una moda, que ha llegado para quedarse, lo que anteriormente se conocía como actividades comunitarias y tal vez si una empresa que no lo es, no se transforma en una empresa socialmente responsable yo no sé si en un futuro va a tener mucho éxito como empresa.

MY: La empresa tiene que imponerse un criterio de comunicación de sus acciones, tiene que hacer un camino. Lo que yo digo es lo obligatorio te quita lo voluntario que tiene mucho más valor. Que invita a otras empresas a sumarse porque hay empresas que lo hacen y lo hacen bien, entonces me parece que lo que sí hay que hacer es hacer normativas y hay que buscar premios que fomenten que las PYMES hagan acciones de responsabilidad social. En eso si estamos de acuerdo y está dando resultados. Muchas empresas presentan su reporte de sustentabilidad, dan cuenta de sus acciones. Y ya hay indicadores internacionales, como el GRI, el Global Reporting Initiative, que es un indicador de cómo estoy parado frente a los programas y a las acciones que estoy realizando

GS: Y hay un dato muy interesante también en que ya las PYMES le están dando mucha importancia tanto al tema de la comunicación institucional como al tema de la responsabilidad social empresaria y muchas PYMES ya están empezando a incursionar en el tema de la comunicación y en el tema de la RSE y es importante por el volumen que tienen.

MY: Cuando una institución, sea universidad o sea empresa o sea gobierno, reconocen la comunicación como una herramienta, a partir de ahí todas sus acciones, sean las sociales, sean las financieras, sean las operativas, están cruzadas por la acción de la comunicación, por las ganas de contar cómo hacemos las cosas y cuanto hacemos. En el caso de la RSE da ganas contar el apoyo que se le da a la comunidad en diferentes proyectos.

GS: Hace pocos días vos le contaste a los alumnos y a los participantes en la Universidad de Palermo, cómo habían obtenido el premio. Sobre qué actividad había sido.

MY: Principalmente TGS tiene tres ámbitos o tres canales en donde está llevando adelante sus programas, que son básicos, no hay ningún invento, es en salud, en educación y en la alimentación. Y principalmente en la educación, porque en esta etapa creemos que, y ya lo estábamos escuchando con

anterioridad, creemos que hay mucha gente que tiene ganas de hacer cosas, hay mucha gente que tiene ganas de trabajar y no tiene las herramientas.

GS: En el fondo el argentino es un ser solidario por naturaleza y no tiene el canal para hacer algo.

MY: Es una persona que busca opciones, que busca posibilidades, que le gusta el trabajo independiente, que fue históricamente un trabajador de oficio y nosotros lo que hemos perdido en los últimos veinte años, con fuerza en los últimos diez años, son los oficios. Con lo cual, buscamos una zona que estaba especialmente necesitada de reinsertar a jóvenes y adultos en el trabajo, que es Bahía Blanca, buscamos una institución que venía bastante desprestigiada en el tema de oficios, que es el Instituto La Piedad, no desprestigiada en cuanto a su nombre, su nombre es muy reconocido en la región, pero sí a los materiales, a los talleres, a los tornos y armamos un grupo de cursos, de capacitación en computación, en tornería, en imprenta. Este año estamos trabajando para armar un taller de carpintería y en alianza, porque en la RSE lo fundamental son las alianzas. Las empresas solas no pueden llevar adelante los programas, necesitan de la sustentabilidad de la comunidad. La empresa va y viene, hoy está, mañana no sabemos, pero es necesario que la comunidad, que es la que va a estar siempre en ese lugar, los hijos, los nietos, los colegios, los municipios, los bomberos, nos sumemos para encontrar propuestas. Y en este caso cerramos un circuito. La Municipalidad de Bahía Blanca hace la selección de los jóvenes y adultos que participan de los cursos, porque son los que saben, hay una oficina de empleos que tiene una base de datos con todas las personas que presentaron sus curriculum, sus datos y quieren capacitarse, TGS aporta los recursos, Fundación Compromiso nos da una mano muy importante en la organización, porque las organizaciones o gubernamentales son las que conocen la realidad de las comunidades, de las sociedades y aparte porque las empresas, en el caso de TGS que el área de responsabilidad social depende de la Gerencia de Relaciones Institucionales, con lo cual es necesario con recursos humanos que nos den una mano.

GS: En este caso y esto es muy importante en responsabilidad social, no se está dando alimentos, sino que como decimos nosotros se está enseñando a pescar, se están dando herramientas para que pueda trabajar y pueda ganarse su sustento, sin tener que esperar una dádiva de alguna entidad gubernamental.

MY: Un público al que nosotros quisimos llegar es al cartonero. Una persona que trabaja diez doce horas, quince, veinte horas por día, que a veces duerme arriba de los cartones y está dando vueltas por la calle y es una persona que tiene voluntad de trabajo, lo que pasa es que o sabe como encauzarlo o no puede encauzarlo y hay gente que ha venido a capacitarse en este rubro, le damos un espacio sano, un espacio limpio, yo digo bajamos línea en el buen sentido, se enseñan códigos éticos. También mostramos una empresa más blanda, más accesible, más humana. Y en el caso de empresas de servicios públicos, es un compromiso sumado al servicio público que presta. Porque

transportar gas, distribuir electricidad, generar energía es una RSE fundamental para la sociedad civil.

GS: Y hablando de energía y RSE, en materia de medio ambiente están haciendo algo?

MY: Fundamentalmente primero cumplir la norma, porque la RSE siempre se la plantea como un adicional y es verdad, por eso lo voluntario y vuelvo al primer punto. Las normas hay que cumplirlas, están todas las certificaciones, la última certificación, que es lo que yo llamo comunicacionalmente la certificación más humana, porque certifica la seguridad y la salud de los trabajadores. Después los controles, porque es muy fácil en nuestro país cumplir la norma, firmar el acuerdo, sacarnos la foto, pero después hay que cumplir y estar presente. Y hoy por hoy, la comunicación es un dato fundamental en el cuidado del medio ambiente, porque uno puede demostrar que es lo que hace, pero al mismo tiempo puede escuchar cuáles son las demandas de la gente.

GS: Si alguien quiere conocer algo más de la RSE de TGS tiene que ir a qué web?

MY: www.tgs.com.ar.

GS: Por qué no nos decís qué otras actividades tenés a tu cargo en la Gerencia de Relaciones Institucionales.

MY: Todas las áreas de comunicación dependen en mi empresa de la Gerencia de Relaciones Institucionales, además de todas estas acciones que hablábamos antes de responsabilidad social, también está la relación con la prensa, las comunicaciones externas y también se comparte el área de comunicación interna con Recursos Humanos, porque ellos son los que se relacionan con el personal. Digamos las tres patas que entiendo yo están bajo el paraguas de las Relaciones Públicas, la comunicación externa, interna y las acciones de RSE, por lo menos en TGS lo entendemos así.

GS: Dos palabras sobre formación y desarrollo de Mario Yaniskowski.

MY: Estudié Periodismo en la Universidad de Lomas de Zamora, a la par trabajaba en Edenor, ahí nos conocimos, a partir de terminar la carrera de periodismo insistí varias veces en pasar al área de Relaciones Institucionales. Ya en el área, en UADE hice un postgrado de gestión en las Relaciones Públicas, en Comunicación Corporativa. Y después pasé a ejercer la función del Relaciones Públicas en la Gerencia de Relaciones Institucionales de TGS.

GS: Guzmán Pérez es un alumno de UADE que nos visita y quiere hacer una pregunta.

Guzmán Pérez: Dentro de tu staff de empleados, cuántos relacionistas públicos hay?

MY: En este caso no hay relacionistas públicos. Es un equipo muy chico, somos dos personas, por eso en algún momento comenté que era necesario trabajar con consultoras, trabajar con equipos externos que puedan ayudar a mi área, en este caso. Este es un caso concreto de varias empresas. El equipo de la empresa es mínimo, fijo y después se trabaja a partir de la contratación de consultoras para los diferentes programas, que puede ser para el stand en una feria o como los programas de responsabilidad social, que en nuestro caso trabajamos con la Fundación Compromiso, Cimientos, Fundación Cruzada Patagónica, diferentes ONGs que nos dan una mano en el tema RSE.

GS: La tendencia actual es que las empresas tengan equipos muy chicos y tengan apoyo, como bien decía Mario, de consultoras y ONGs externas. Hay empresas muy grandes que tienen menos de diez personas en el Departamento. Lógicamente una empresa de la envergadura de TGS es suficiente con la cantidad de personas que tiene.

De cualquier manera para tu tranquilidad, que estás estudiando, te digo que a nivel de consultoras básicamente, cada vez es mayor el número de relacionistas que cubren los puestos vacantes de la actividad.

Nos vamos despidiendo, yo le agradezco a Mario Yanikowski esta charla, que fue muy grata, por cierto, buenas tardes, muchas gracias.