



El SIDA también le incumbe a usted

Guía para el patrocinio empresarial de la lucha contra el VIH/SIDA

CONTENIDO

Prefacio	2
Introducción	4
El VIH/SIDA hoy	5
Importancia de la filantropía para la lucha contra el SIDA	6
Cómo ayudar	12
Evaluación de la situación y progreso	19
Preguntas frecuentes	20
Recursos	23
<i>Funders Concerned About AIDS</i>	27
Casos de estudio sobre el patrocinio del VIH/SIDA	29
<i>Caso práctico 1</i>	29
<i>Caso práctico 2</i>	29
<i>Caso práctico 3</i>	30
<i>Caso práctico 4</i>	30
<i>Caso práctico 5</i>	31
<i>Caso práctico 6</i>	32

PREFACIO

Una crisis de salud pública se está propagando a ritmo creciente por Estados Unidos y por el mundo. Una crisis que nos afecta más y más cada día. Aunque esta crisis es causada por un virus, éste se propaga debido a la incredulidad, la discriminación, la ignorancia y la inacción. Nuestra opción es muy simple: podemos hacer muy poco y sufrir las consecuencias o podemos evitar la crisis que se avecina mediante el liderazgo, la investigación y la educación.

“Para todos los estadounidenses que tengan los ojos abiertos y los oídos atentos, el rostro del SIDA ya no es el de un extraño. Millones de nosotros hemos estado junto a la cabecera de un amigo agonizante. Millones de nosotros sabemos de personas con SIDA que murieron debido a esa enfermedad... Millones de nosotros tenemos ahora la obligación de reconocer que éste es un problema que ha disminuido la vida de cada estadounidense”.

Presidente Bill Clinton

La educación preventiva sobre el SIDA es una necesidad crítica. La prevención es todavía la única “vacuna” y probablemente lo sea por muchos años. Hemos tenido muy poco éxito hasta el momento con la educación sobre el SIDA. El virus continúa propagándose porque son muy pocos los que han aprendido lo suficiente para salvar sus propias vidas. Los más afectados hoy en día son los jóvenes, que son nuestros hijos, nuestra fuerza de trabajo del mañana y nuestro futuro. No podemos permitir la tragedia potencial de que el SIDA destruya una generación.

La investigación médica es necesaria, así como mayor colaboración entre los investigadores. Hemos hecho avances verdaderos, pero tenemos un largo camino por delante hasta lograr desarrollar tratamientos completamente efectivos para las enfermedades asociadas con la infección del VIH, para encontrar una cura y para desarrollar una vacuna asequible y fácil de administrar.

Pero más que nada, se necesitan líderes, las voces de miles de líderes, de todos los segmentos de la sociedad — instituciones educativas y religiosas, gobierno, servicios de salud, la comunidad filantrópica y el mundo empresarial — que hablen, que eduquen, que demuestren compasión.

También se necesita el liderazgo para movilizar los recursos de cada sector de la sociedad para proveer la estructura de servicios sociales necesaria para esos millones de personas afectadas por el VIH. Este es el momento de transferir la responsabilidad por los servicios de atención y educación del VIH de las organizaciones pequeñas y de base popular a organizaciones que ocupan un lugar preponderante en nuestra economía.

Durante la última década hemos aprendido muchas lecciones de la respuesta de Polaroid al VIH. Hemos aprendido a través de nuestro propio Programa de Concienciación sobre el SIDA que la educación sobre el SIDA da resultados. Sabemos que muchos de nuestros empleados han sido afectados por el VIH, ya sea por la enfermedad misma o como compañeros de trabajo, familiares y amigos de quienes tienen la enfermedad. Sabemos que nuestra contribución a los servicios dedicados al SIDA ha ayudado. Sabemos que aquellos hacia quienes sentimos una responsabilidad — nuestros empleados y las comunidades en las que trabajamos y vivimos — necesitan y están agradecidos por nuestra colaboración para ayudar a poner fin a esta crisis. Hemos aprendido que para lanzar campañas educativas sobre el SIDA se necesita el apoyo decidido de líderes y que los líderes pueden solicitar y conseguir la implementación de educación sobre el SIDA en todas las instituciones sociales, así como en el lugar de trabajo. También sabemos que a pesar de todo lo que se ha hecho, aún queda mucho por hacer. Nuestra compañía ha asesorado al programa El Mundo Empresarial Responde al SIDA/Los Trabajadores Responden al SIDA desde sus comienzos y hemos

ayudado a poner en marcha las campañas del BRTA/LRTA sobre trabajo comunitario y voluntario.

Para todos nosotros, nuestros objetivos a nivel mundial deben ser demorar a partir de este momento el avance de las infecciones del VIH y prevenir todas las nuevas infecciones para el año 2000. Cada uno de nosotros puede ayudar a lograr estos objetivos a través de nuestro liderazgo y de una filantropía juiciosa y compasiva.

Gary T. DiCamillo
Presidente de Polaroid

“Una compañía — una gran compañía — es una comunidad. Y en esto se encuentra la contribución más importante y tal vez menos obvia que el mundo empresarial de Estados Unidos puede hacer: establecer políticas y ofrecer a los empleados las posibilidades para que la corporación como entidad pueda ser usada en la creación de una comunidad verdadera y apoyar a quienes entre nosotros están sufriendo con el SIDA... Mientras alentamos y respaldamos a los químicos y biólogos que encontrarán la cura, las grandes compañías pueden crear oportunidades para aliviar el problema, no sólo como empleadoras sino también como comunidades de apoyo emocional y financiero para quienes viven con el VIH”.

David Pottruck
Presidente y Director General
Charles Schwab & Co.

INTRODUCCIÓN

La epidemia del SIDA continúa siendo un serio problema de salud pública con profundas consecuencias para nuestra sociedad. Entre 650.000 y 900.000 personas en Estados Unidos han sido infectadas con el VIH, el virus que causa el SIDA, y la enfermedad continúa propagándose. Ahora, más que nunca antes, todas nuestras comunidades se enfrentan al desafío de trabajar juntas para detener la epidemia.

Esta guía ha sido preparada para líderes empresariales: presidentes, otros ejecutivos principales, miembros de directorios, directivos de fundaciones empresariales y gerentes de asuntos comunitarios. La hemos desarrollado para mostrar por qué su participación puede ayudar de manera significativa en la respuesta al SIDA y cómo los recursos de su compañía pueden ser usados para conseguir el máximo impacto. Para aquellos de ustedes que ya participan en la filantropía dedicada al SIDA, esta guía provee sugerencias de nuevos enfoques sobre cómo mantener y ampliar su dedicación.

Cada empresa y cada comunidad será afectada directamente por esta enfermedad. Entre 1991 y 1994, el número de compañías que informaron de casos de infección del VIH o SIDA se duplicaron, del 20 por ciento a cerca del 40 por ciento de las compañías que respondieron a un cuestionario de la Asociación de Administradores de Estados Unidos. Los ejecutivos de las compañías están en una posición única para ayudar. Ustedes son líderes reconocidos con voces poderosas en sus comunidades y en sus industrias. Cuán pronto podamos comenzar a demorar el avance de esta enfermedad y cuán bien podamos cuidar de aquellos cuyas vidas han sido afectadas por ella depende, en parte, de su participación y del grado de participación que consiga del resto de la comunidad empresarial para esta lucha.

Funders Concerned About AIDS, (Donantes involucrados en la lucha contra el SIDA), está dedicado a movilizar el liderazgo y los recursos dentro de la comunidad filantrópica para combatir el VIH y el SIDA. El programa El Mundo Empresarial Responde al SIDA/Los Trabajadores Responden al SIDA (BRTA/LRTA) de los CDC está trabajando en asociación con el sector empresarial de nuestra nación para implementar programas educativos integrales para el lugar de trabajo. Un objetivo importante de estas asociaciones es promover la participación comunitaria y la actividad de voluntarios en el lugar de trabajo. Esta guía fue producida con la esperanza de que ayudará a las compañías y a sus fundaciones a iniciar, mantener y fortalecer su dedicación a la lucha contra el SIDA.

Len McNally
Presidente,
Funders Concerned About AIDS

Paul A. Di Donato
Director Ejecutivo,
Funders Concerned About AIDS

“La horrible tendencia de la expansión de la epidemia tiende a ocultarse en las cifras... Las comunidades que fueron afectadas inicialmente han sido golpeadas aún más duramente; pero además, hay una diseminación geográfica y una sombría diversificación de las personas atrapadas en el camino del virus: más mujeres, más niños infectados, más huérfanos abandonados, una edad de infección cada vez más temprana y la propagación a comunidades cada vez más pequeñas”.

Dr. June Osborne
ex Presidenta
Comisión Nacional sobre el
SIDA

El VIH/SIDA Hoy

Desde el comienzo de la epidemia del VIH, cerca de 600.000 personas en Estados Unidos han sido diagnosticadas con SIDA y casi 320.000 de ellas han muerto de enfermedades relacionadas con el VIH. La enfermedad apareció primero en las zonas urbanas en hombres homosexuales y bisexuales y en usuarios de drogas intravenosas. Sin embargo, el VIH/SIDA se ha extendido y afecta a todos los sectores de la sociedad. La infección del VIH no está limitada a personas de una orientación sexual, edad, género, raza o área geográfica. En esta segunda década de la epidemia, han aparecido algunas tendencias preocupantes.

- Las mujeres son el grupo de mayor aumento en cuanto a individuos infectados. En 1996, representaron el 20 por ciento de los nuevos casos de SIDA entre adultos y adolescentes. De todos los casos de SIDA registrados entre las mujeres en 1996, el 34 por ciento fueron atribuidos a la inyección de drogas y el 40 por ciento a la transmisión del VIH por relaciones sexuales heterosexuales.
- Los afroestadounidenses y los hispanos representan una parte cada vez más desproporcionada de los casos de SIDA. En 1996, las personas negras representaban el 41 por ciento de los nuevos casos de SIDA, superando por primera vez la proporción de blancos. Los hispanos representaron el 19 por ciento de los nuevos casos de SIDA. Un estudio reciente estimó que, como promedio, 1 de cada 33 hombres negros jóvenes y 1 de cada 59 hombres hispanos jóvenes en este país están infectados con el VIH.
- Los índices de infección han aumentado en la población homosexual joven, aunque los esfuerzos continuados de educación para prevenir la transmisión del VIH han reducido los índices de infección en hombres blancos homosexuales de más edad.

A nivel internacional, el Programa UNAIDS estimó que 28,5 millones de adultos y niños estaban infectados con el VIH en diciembre de 1996. UNAIDS predice que un mínimo de 30 millones a 40 millones de personas en todo el mundo estarán infectadas con el VIH para el fin de la década, más del 90 por ciento de las cuales residen en el hemisferio sur.

Dicho de otra manera, el SIDA es una tragedia nacional e internacional que plantea muchos desafíos y será necesario trabajar arduamente para poder controlarla.

“Aunque los recursos de la filantropía son limitados, los patrocinadores empresariales han aprendido en los últimos 10 años, durante los cuales han destinado fondos para luchar contra el SIDA, que podemos ayudar y lo hemos hecho de manera estratégica en la respuesta global a la epidemia del VIH/SIDA. Sin embargo, el alcance de la epidemia está creciendo y quienes proveen fondos tienen la responsabilidad de renovar y profundizar su dedicación a la lucha”.

Richard Turner,
ex Director Ejecutivo
*Funders Concerned About
AIDS*

IMPORTANCIA DE LA FILANTROPÍA EN LA LUCHA CONTRA EL SIDA

El miedo y el prejuicio caracterizaron la reacción inicial al SIDA porque la enfermedad afectó primordialmente a hombres homosexuales y a usuarios de drogas intravenosas. A menudo, la tarea de enfrentar esta nueva y escalofriante enfermedad recayó sobre las comunidades, las empresas y las fundaciones.

Historia de la filantropía empresarial en la lucha contra el VIH/SIDA

En general, la filantropía empresarial organizada fue lenta en su respuesta inicial ante la epidemia, dicen Michael Seltzer y Katherine Galvin en su ensayo “La respuesta de la filantropía organizada al SIDA”. Los autores citan factores como la falta de conocimientos sobre el SIDA de los donantes de fondos, las muchas restricciones impuestas al patrocinio de causas relacionadas con la salud y enfermedades específicas, el prejuicio contra los grupos inicialmente afectados por la enfermedad y la percepción pública de que la responsabilidad de tratar con la enfermedad correspondía al gobierno.

Aún así, algunas empresas comenzaron a responder al SIDA en los primeros años de la década de 1980. Las primeras industrias que participaron fueron las que sintieron el impacto de la epidemia en sus comienzos, ya sea porque la enfermedad tuvo un efecto directo en su actividad (compañías de atención de la salud, por ejemplo) o porque se encontraban en uno de los epicentros de la epidemia. Algunas compañías proveyeron asistencia directa con dinero; otras proveyeron apoyo en servicios para la investigación sobre el SIDA, las organizaciones de base comunitaria y los eventos de recaudación de fondos. Los investigadores de la compañía de salud Hoffmann-La Roche tomaron conciencia tempranamente de la enfermedad y en 1984 la compañía patrocinó el primer documental de televisión sobre el SIDA. La industria de seguros también hizo una contribución rápida y de gran importancia: en 1985, las compañías de seguros de salud y de vida dedicaron 1,6 millones de dólares a la lucha contra el SIDA. En 1989, 128 compañías prometieron un total de 14 millones de dólares, tanto individualmente como a través de INSURE (*Industrywide Network for Social, Urban, and Rural Efforts* o Red Industrial para Campañas Sociales, Urbanas y Rurales). Hacia 1994, las compañías de seguros habían donado aproximadamente 34 millones de dólares para la educación, distribución de servicios e investigación del VIH/SIDA. Otras industrias también comenzaron a participar desde el principio, a menudo impulsadas por la creciente incidencia de la enfermedad en sus lugares de trabajo.

A mediados de la década de 1980, la respuesta empresarial avanzó cuando varias compañías nacionales de gran tamaño, incluidas Metropolitan Life Insurance, Levi Strauss y Apple Computer, entre otras, comenzaron a desarrollar materiales educativos para el público y para los empleados, incluso programas de televisión, folletos y manuales para el personal. Algo más tarde, en 1987, nueve compañías con sede en el noreste de Estados Unidos (el Banco de Boston, Digital Equipment Corporation, Lotus Development Corporation, Cabot Corporation, Unique Casual Restaurants, Inc. (conocida antes como DAKA International), New England Telephone, Polaroid y TEXTRON, se unieron para formar el Consorcio de Nueva Inglaterra para la Educación sobre el SIDA, una organización que desarrolla y distribuye material educativo y sobre políticas del SIDA para el lugar de trabajo.

“Es posible que usted se pregunte, ‘¿Por qué debería alguien en la industria del calzado deportivo — un producto asociado con aptitud física y buena salud — ser partidario de enfrentar con vigor una enfermedad mortal?’. Pues bien, se lo puede mirar de dos maneras. Como estadounidense a quien esto le preocupa, creo que el SIDA es un tema importante que debemos enfrentar juntos, como nación. Y como hombre de negocios, creo que para mi empresa, y probablemente para la suya también, es mucho mejor una población estadounidense saludable”.

Gib Ford, Ejecutivo Principal y
Presidente retirado del
directorio
Converse, Inc.

Desde entonces, la respuesta empresarial al SIDA ha aumentado de manera constante, ampliándose en términos de dinero, alcance y profundidad. También está claro que se requieren respuestas filantrópicas nuevas y audaces para enfrentar efectivamente la miríada de problemas que plantea la epidemia.

Impacto de la filantropía empresarial en el VIH/SIDA

La filantropía empresarial ha tenido y sigue teniendo un gran impacto en la epidemia del SIDA.

- La participación empresarial ha legitimado el tema para la mayoría de los estadounidenses. Cuando las grandes empresas comenzaron a participar, el SIDA fue reconocido como un tema con consecuencias importantes para nuestra nación. El patrocinio empresarial a la educación pública del SIDA aumentó la concienciación sobre la enfermedad, ayudó a aclarar la desinformación y redujo el temor innecesario. Por ejemplo, Metropolitan Life Insurance Company dedicó más de 4 millones de dólares en 1987 para patrocinar el Examen Nacional de Conocimiento del SIDA, un video educativo de dos horas que presenta entrevistas con autoridades médicas importantes. Cuando la película fue difundida por televisión, constituyó para muchos telespectadores la primera información experta sobre el SIDA que recibieron. Las encuestas nacionales conducidas por Louis Harris and Associates para medir los cambios en el conocimiento de los telespectadores sobre el SIDA mostraron que el programa incrementó sustancialmente el conocimiento del público sobre los principales comportamientos de riesgo.
- Ha abierto la puerta a un apoyo más amplio del mundo empresarial. Las compañías que asumen posiciones de liderazgo dan el ejemplo a otros en sus industrias. Demuestran los aspectos más admirables de la responsabilidad empresarial y muestran a otras compañías que pueden beneficiarse al participar. Por ejemplo, la Fundación de la Industria del Diseño contra el SIDA (*Design Industries Foundation for AIDS* o DIFFA) fue pionera en una estrategia novedosa de recaudación de fondos. Al agrupar a diversas compañías de diseño, publicaciones comerciales, artistas, celebridades y organismos de publicidad, DIFFA logró producir proyectos altamente sofisticados y entretenidos que atrajeron a miles de contribuyentes. El éxito de DIFFA condujo a colaboraciones similares en otras industrias, incluidas Fotógrafos y Amigos Unidos Contra el SIDA (*Photographers and Friends United Against AIDS*), Classical Action (músicos clásicos), LIFEbeat (músicos populares), Broadway Cares/Equity Fights AIDS (actores de teatro) y *Cable Positive* (industria de la televisión por cable).
- Ha fortalecido la infraestructura de las organizaciones dedicadas al SIDA. A través de las donaciones en dinero, el trabajo voluntario, las contribuciones de contrapartida, las donaciones en servicios y la asistencia técnica, las empresas y sus empleados han ayudado a fortalecer a las organizaciones dedicadas al SIDA en todo el país.

- Finalmente, ha mejorado la imagen de las empresas ante los empleados y las comunidades. Las compañías que asumen posiciones de liderazgo contra el SIDA demuestran que se preocupan por el bienestar de sus empleados y que son miembros responsables de sus comunidades. Craig Smith, en “Informe sobre la Filantropía Empresarial”, describe cómo su acción para enfrentar al SIDA ha beneficiado a las compañías de computadoras. Dice que la mayoría de los trabajadores en la industria de alta tecnología se oponen a la discriminación por el SIDA y las compañías de computadoras que aplicaron políticas antidiscriminatorias y brindaron un tratamiento compasivo a sus empleados que contrajeron la enfermedad pudieron alentar y conquistar la lealtad de sus trabajadores.

Argumento en favor de la participación continua

El VIH/SIDA continúa devastando a individuos, familias y comunidades a través de Estados Unidos y será necesaria la labor conjunta del gobierno y del sector privado para poner fin a la epidemia. El mundo empresarial de Estados Unidos sigue teniendo una responsabilidad de continuar participando en esta lucha.

- **El SIDA es un asunto de negocios**

Más del 75 por ciento de los cerca de 600.000 casos declarados de SIDA hasta ahora son de personas entre los 25 y los 44 años, el núcleo de la fuerza de trabajo de Estados Unidos. El SIDA es ahora la segunda causa de muerte en ese grupo. Inevitablemente, todas las empresas tienen que enfrentar la cuestión de la educación en el lugar del trabajo y políticas de empleo con respecto al SIDA. Harry Hohn, presidente de New York Life Insurance, explica que “el SIDA presenta un desafío serio para las empresas: cómo podemos educar no sólo a nuestros empleados, sino también a nuestras comunidades. Si trabajamos juntos a nivel local, podemos crear soluciones que puedan ayudarnos a responder al VIH y a prevenirlo, tanto dentro como fuera del lugar de trabajo”.

- **El SIDA nos afecta a todos**

El SIDA no está limitado por la geografía, la política, el sexo, la raza, la edad o la orientación sexual. El índice de nuevos casos de SIDA está creciendo más rápido entre las mujeres heterosexuales jóvenes y las minorías. En todo el mundo, las tres cuartas partes de la población infectada con el VIH se contagió al tener relaciones heterosexuales. Para decirlo en pocas palabras: todos somos potencialmente vulnerables.

- **Por ahora no hay cura para el VIH**

Se siguen elaborando y aprobando medicamentos nuevos y prometedores contra el VIH y las muchas complicaciones del SIDA. La Dirección de Alimentos y Medicinas de Estados Unidos (FDA por sus siglas en inglés) ha aprobado recientemente tres nuevas sustancias en una nueva categoría de drogas llamadas inhibidores de proteasa para tratar la infección del VIH. Estos medicamentos, cuando se toman junto a drogas aprobadas anteriormente como el ziduvudine (AZT) y el lamivudine (3TZ), reducen la cantidad de partículas de VIH que circulan en la sangre (carga viral) a

niveles muy bajos en muchos individuos. Sin embargo, la educación sigue siendo el arma más poderosa de nuestro arsenal. Las empresas están en buena posición para proveer información a sus empleados y a sus comunidades sobre cómo se transmite el VIH y cómo no se transmite. Además, a medida que la gente que tiene SIDA vive y trabaja durante más tiempo, debido a la mejora del tratamiento de las infecciones oportunistas, se necesita liderazgo para apoyarla.

- **El SIDA es un problema social y económico además de ser un asunto de salud**
A medida que el SIDA continúa propagándose más allá de sus centros originales, resulta aparente que la epidemia tiene repercusiones sociales, económicas y de política pública. El ex Comisionado de Salud de la Ciudad de Nueva York, Dr. Stephen C. Joseph, lo describió de la siguiente manera: “El SIDA es una crisis de salud pública, una preocupación económica, un problema en el lugar de trabajo, un fenómeno sociopolítico y una tragedia humana. Está teniendo un efecto integral en las libertades civiles, la vivienda, los servicios sociales y en cada segmento de nuestra sociedad”. Además, el SIDA ha despertado interrogantes sobre la distribución de los recursos de atención médica y el papel de la población afectada para determinar las prioridades de investigación en el campo de la salud. En la discusión de estas cuestiones, el mundo empresarial tiene una función importante que cumplir.

- **El SIDA afecta la productividad**

El SIDA es una enfermedad costosa para los individuos afectados, sus familias, sus comunidades y la nación en general. Según el director ejecutivo del Fondo Nacional para el SIDA, B. J. Stiles, “los costos del SIDA para los empleadores son complejos y se están intensificando. Incluyen no solamente costos directos como los relacionados con la atención de la salud y la minusvalidez, sino también costos indirectos, como la pérdida de productividad, talento y experiencia; búsqueda, adiestramiento y reemplazo de empleados; y el efecto en la moral de los compañeros de trabajo”.

Según estudios realizados hace varios años, los costos médicos de por vida asociados con un caso individual de VIH/SIDA pueden ser entre 105.000 y 132.000 dólares, dependiendo de cuándo se comienza el tratamiento. Si un individuo recibe tratamiento desde el momento en que es infectado, el costo estimado es 119.000 dólares. Si el tratamiento comienza unos cinco años después de la infección, el costo estimado es de alrededor de 100.000 dólares. Las tres cuartas partes de las personas infectadas pueden terminar en la pobreza. En 1995 se gastaron 15.200 millones de dólares en Estados Unidos para tratar a las personas infectadas con el VIH y el costo total anual de la epidemia en Estados Unidos, incluidos los costos directos e indirectos, fue entre 50.000 millones y 100.000 millones de dólares.

El programa UNAIDS estima que por lo menos 40 millones de personas en todo el mundo estarán infectadas con el VIH para el año 2000, lo que conducirá a una pérdida potencial anual de entre 2,5 billones y 4,5 billones de dólares anualmente o más del 1,4 por ciento del producto bruto interno mundial. Claramente, el costo del SIDA es

enorme, tanto en términos monetarios como en la pérdida de potencial humano y es probable que tenga un impacto severo en la economía de Estados Unidos y del mundo.

■ Asociación con el gobierno

El gobierno federal continuará proveyendo fondos para combatir la epidemia del SIDA, pero hay límites a lo que puede hacer. Los fondos privados pueden llenar la brecha que dejan los programas federales. Por ejemplo, las compañías pueden usar métodos innovadores y polémicos que pueden ser difíciles de patrocinar por los programas gubernamentales. Las empresas suelen estar en mejor posición para identificar las necesidades locales, responder rápidamente a éstas y trabajar junto a otras empresas en una colaboración diseñada para satisfacer estas necesidades.

La necesidad continua

Las actividades relativas al VIH/SIDA que necesitan patrocinio son las mismas hoy que en otros momentos de la epidemia. En general, las empresas pueden tener un papel importante en la lucha contra la epidemia al brindar su apoyo a programas dentro de las siguientes grandes categorías.

■ Educación y prevención

La educación es un arma preventiva importante contra el VIH. La educación con un objetivo específico es especialmente crucial para motivar a las personas a adoptar comportamientos que las protejan a ellas mismas y a otras de la infección. Algunas acciones pueden incluir los programas para el lugar de trabajo, campañas publicitarias, líneas telefónicas gratuitas, grupos de apoyo y otros programas especializados dirigidos a audiencias específicas.

■ Tratamiento

Aunque no se ha identificado una cura o una vacuna para el SIDA, se han desarrollado tratamientos que permiten que las personas con SIDA vivan durante más tiempo, a menudo con una mejor calidad de vida. Aún así, a medida que la enfermedad avanza, las necesidades de tratamiento aumentan. Algunas oportunidades de donar fondos incluyen el apoyo a los centros de intervención temprana y la participación en redes de base comunitaria dedicadas a los exámenes clínicos.

■ Atención y servicios

Las personas que viven con el SIDA tienen muchas necesidades críticas y crónicas. Algunas oportunidades de donar fondos para servicios de atención — comúnmente actividades de base comunitaria — incluyen las áreas de la atención ambulatoria, la atención hospitalaria intensiva, programas residenciales, programas de alimentación, subsidios de alquileres, centros de apoyo y asesoramiento y atención en residencias para enfermos. Los servicios legales, para actividades como la preparación de testamentos y la asignación de custodia infantil, también son necesidades de las personas que viven con el VIH y son objetivos potenciales de fondos de donantes.

“El SIDA, aunque ya se encuentra en proporciones epidémicas, parece fácil de ignorar debido a que todavía no nos toca personalmente a muchos de nosotros. Pero lo hará. Y nos afectará de manera desastrosa. Precisamente por esta razón, los presidentes de las compañías deben tomar conciencia ahora y asumir una posición de liderazgo enérgico respecto al SIDA”.

Benneville N. Strohecker,
Presidente, *Harbor Sweets* en
“Usted puede hacer algo
acerca del SIDA”

■ Investigación

La investigación se ha concentrado en el desarrollo de una vacuna protectora, la búsqueda de terapias eficaces y los exámenes clínicos más integrales. Los inhibidores de proteasa, como el saquinavir, el ritonavir y el indinavir, han sido aprobados recientemente por la FDA. Cuando se los toma junto con medicamentos antirretrovirales, los inhibidores de proteasa pueden reducir la carga viral en la corriente sanguínea de una persona. Los investigadores tienen esperanzas de que esta terapia combinada, con más estudios, probará ser eficaz a largo plazo y prolongará la vida saludable de las personas infectadas con el VIH. Además, la ciencia del comportamiento y la investigación de los servicios de salud son otras importantes prioridades que requieren patrocinio.

■ Políticas públicas

Frecuentemente, la habilidad de una comunidad para enfrentar los problemas del VIH/SIDA es afectada por las decisiones de política que se hacen a nivel local, estatal o nacional. Las organizaciones dedicadas al SIDA (y sus clientes) pueden ser ayudados o perjudicados por la acción o inacción de la comunidad. Los líderes empresariales pueden ayudar a motivar la participación de los directivos de salud pública, de las personas que viven con el VIH y de otras personas interesadas para asegurar que se establezcan políticas públicas y privadas compasivas. Estas políticas pueden tratar la protección del empleo, las prioridades de fondos, la discriminación en la vivienda y la condición migratoria. Las políticas locales pueden tratar los requisitos para obtener el seguro médico estatal, la ubicación apropiada de las residencias para enfermos y la protección del empleo y de vivienda.

“Se necesita un liderazgo positivo y enérgico para vencer la ignorancia y el temor, así como para rectificar las grandes fallas y carencias en las estrategias de atención y prevención. Somos testigos de un desastre nacional en expansión y existe mayor urgencia que nunca antes para movilizarse contra el flagelo del SIDA”.

Del Informe Final de la Comisión Nacional sobre el SIDA, 1993

CÓMO AYUDAR

La magnitud y alcance de la epidemia del VIH/SIDA en sí mismos proveen a los donantes de fondos con numerosas oportunidades y medios mediante los cuales pueden ayudar. Esta sección describe los tipos de apoyo que las compañías pueden brindar y presenta algunas estrategias para tener éxito en la donación de fondos para el VIH/SIDA.

Tipos de apoyo

Una firme posición de liderazgo en la comunidad es el centro de la contribución empresarial en la lucha contra el SIDA. Entre las muchas acciones que las compañías pueden tomar se cuentan las contribuciones financieras directas o indirectas, provisión de recursos humanos y apoyo a la educación pública sobre el SIDA.

■ Contribuciones financieras directas

Mediante las subvenciones en dinero, las empresas pueden contribuir fondos directamente a las organizaciones locales o nacionales dedicadas al SIDA. Estas subvenciones pueden usarse para proyectos específicos o pueden proveer apoyo sin restricciones para pagar gastos de funcionamiento. Específicamente, los programas de subvenciones en dinero pueden hacer lo siguiente:

- Seleccionar diferentes clases de programas, incluso aquellos consistentes con las áreas de preferencia e interés de la compañía así como los que no son elegibles para recibir financiamiento de otras fuentes.
- Proveer el dinero inicial para poner en marcha nuevos programas u organizaciones dedicadas al SIDA. Envíe contribuciones destinadas al SIDA a través de organismos que no estén dedicados únicamente al SIDA. Apoye a los organismos que dependen de voluntarios.

Hasbro Children's Foundation (Fundación Hasbro para los Niños), una división de Hasbro Toy Company de Nueva York dedicada a la caridad, dio apoyo en 1995 a los programas ARISE y AWAKE administrados por *Harlem Interfaith Counseling Services* en la ciudad de Nueva York. Los programas proveen servicios para niños de padres infectados con el VIH.

En 1995, la compañía Philip Morris contribuyó 200.000 dólares al Fondo Nacional para el SIDA para comenzar un proyecto llamado *Positive Helpings* (Porciones Positivas). Las organizaciones que proveen comidas o servicios nutricionales fueron elegibles para solicitar subsidios de 10.000 dólares por un año y se requirió que los grupos participantes recaudaran fondos por igual valor. El dinero no podía usarse para alimentos u otros costos de funcionamiento sino que estaba destinado a fortalecer la infraestructura de estos servicios, permitiéndoles servir mejor a sus clientes. “Hemos sabido desde el comienzo de la epidemia que las necesidades nutricionales de las personas VIH positivas son realmente la clave para mantener vidas saludables y productivas”, dijo Jerry Atchison del Fondo Nacional para el SIDA.

■ Contribuciones financieras indirectas

El apoyo financiero indirecto puede tomar muchas formas. A continuación se mencionan algunas de las maneras en que las compañías pueden ofrecer ayuda.

Provea donaciones de productos o servicios

Varias compañías de computadoras, incluso Apple Computer, Inc., IBM y Digital Equipment Corporation han contribuido millones de dólares en sistemas de computación a los organismos dedicados al SIDA en Estados Unidos y en el extranjero. Desde 1991 Digital Equipment sola ha donado más de 5 millones de dólares en computadoras a organizaciones comunitarias. En el extranjero, IBM donó 1,5 millones de dólares en equipo de computación, servicios y programas a UNAIDS. Entre otras subvenciones, Apple Computer ha donado más de 1 millón de dólares en computadoras y periféricos a organismos de base comunitarias dedicados al SIDA en Estados Unidos a través de una asociación con el Consejo Nacional de Minorías para el SIDA.

Dannon Yogurt dona yogur cuya fecha de expiración está cercana a organizaciones comunitarias ubicadas cerca de sus centros de distribución. Como resultado, Lee Arning, director del Banco de Alimentos del Programa SIDA de Fort Worth puede distribuir cada mes cientos de cajas de yogur a sus clientes.

Pacific Gas and Electric y Pacific Bell, dos empresas de servicios de California, hicieron donaciones al Fondo de Emergencia para el SIDA, un organismo que ofrece asistencia directa a las personas con el VIH que se encuentran en una situación de crisis y no pueden pagar por comida, medicamentos y gastos de electricidad. Además del apoyo directo, las empresas de servicios también proveen servicios a bajo costo a las personas a quienes ayudan.

Ayude con apoyo financiero o de otro tipo los esfuerzos de recaudación de fondos

La compañía General Mills contribuyó el financiamiento básico para un evento de recaudación de fondos durante el Día Mundial del SIDA en 1995, a beneficio del Proyecto RAPIDS AIDS en Iowa, una organización comunitaria de educación sobre el SIDA. “En nuestra comunidad, el SIDA no es un tema muy visible”, dijo David Packard, director del proyecto. “General Mills le dio credibilidad a nuestro evento e hizo más fácil para nosotros el reclutamiento de otros patrocinadores”.

Los fabricantes del gin *Tanqueray* subvencionaron una carrera de Boston a Nueva York en julio de 1995 y recaudaron más de 3 millones de dólares. Las ganancias fueron distribuidas entre un número de organizaciones dedicadas al SIDA, incluso el Centro Comunitario de Salud Fenway en Boston, el mayor proveedor comunitario de servicios médicos a personas VIH positivas en Massachusetts. El director ejecutivo del Centro Comunitario Lesbiano y Homosexual de Nueva York, Richard Burns, cuya organización también recibió fondos de la carrera, comentó: “La carrera es un esfuerzo importante para ayudar a cerrar esa brecha”.

Done un porcentaje de las ventas a las organizaciones dedicadas al SIDA

Varias tiendas, incluidas Macy's, Mullocks, The Body Shop y Carson Pirie Scott, han vendido una pequeña pulsera con la conocida cinta roja. Aproximadamente el 40

por ciento del precio de la venta de la pulsera es entregado a la Fundación Hasta que Haya una Cura que luego lo distribuye entre otros proyectos dedicados al SIDA. “El verdadero poder de la pulsera”, observó la co-fundadora de la fundación Kathleen Scutchfield, “es su habilidad de recordarnos a todos que debemos continuar trabajando hasta que haya una cura. Y no es un recordatorio silencioso. Las personas que usan la pulsera dicen que cuando sus amigos la ven en sus muñecas, surgen conversaciones importantes sobre el SIDA”. Hasta 1995 se habían vendido más de 50.000 pulseras. Otras tiendas, incluso Saks Fifth Avenue y Neiman Marcus, también venden mercadería relacionada con el SIDA y donan un porcentaje de las ganancias a las organizaciones dedicadas a combatir la enfermedad.

■ Participación de los empleados

La energía y dedicación de los empleados puede ser una herramienta poderosa en la lucha contra el SIDA. Las empresas pueden motivar a sus empleados a participar de varias maneras.

Las actividades voluntarias les ofrecen a los empleados formas significativas de donar su tiempo y talento a las organizaciones dedicadas al SIDA y de aprender más sobre el impacto del virus. Las clases de trabajo que realizan los voluntarios son tan variadas como los voluntarios mismos.

Más de 80 personas trabajan como voluntarios en el Proyecto Angel Food, una organización con sede en Los Ángeles que provee comidas diarias a personas con el VIH/SIDA que no pueden salir de su casa. Según el gerente de voluntarios del programa, Mark Hartman, muchos de los voluntarios vienen de las empresas locales. Por ejemplo, los empleados del servicio de transporte al aeropuerto L.A. Express, trabajan como voluntarios en las camionetas de la compañía. Hartman dice que sus voluntarios se enteran de la existencia de su organización a través de las listas de oportunidades de trabajo voluntario que publican sus empresas y a través del centro local de voluntarios.

Los voluntarios del banco Wells Fargo en el área de la bahía de San Francisco participaron en el Proyecto “Envoltura de regalos a manos llenas”, ayudando a envolver más de 20.000 regalos que fueron luego distribuidos durante las fiestas de fin de año entre personas con SIDA.

Desde 1987, Mutual of New York (MONY) ha sido uno de los líderes dentro de la industria de seguros en la promoción de la concienciación de los empleados y la educación comunitaria sobre el SIDA. Además, fue una de las primeras compañías del país que patrocinó una iniciativa importante de atención directa a personas infectadas con la enfermedad. En 1992, MONY comenzó a enviar paquetes informativos a sus empleados en la ciudad de Nueva York como parte de Día Mundial del SIDA. El paquete incluía información sobre cómo la epidemia había afectado a la ciudad, una descripción de los recursos informativos sobre el SIDA en el área y una lista específica de oportunidades de trabajo voluntario sobre el SIDA en la ciudad de Nueva York. La respuesta fue tan buena, dice la presidenta de la Fundación de Mutual of New York, Lynn Stekas, que en 1995 el programa fue expandido a todas la

oficinas locales de MONY, incluyendo Stamford, Connecticut; Teaneck, Nueva Jersey; y Syracuse, Nueva York. La misma información básica se envió a todas las sucursales, pero los recursos disponibles y las oportunidades de trabajo voluntario se hicieron a medida para cada sitio. Los paquetes les facilitaron a los empleados de MONY ponerse en contacto con las organizaciones de servicio del SIDA que necesitaban su ayuda.

En American Express, cuatro empleados decidieron trabajar con los organismos dedicados al SIDA bajo el programa de licencia con pago de sueldo de la compañía. Los voluntarios han trabajado en la clínica Whitman-Walker de la ciudad de Washington, el proyecto Phoenix Shanti, el Centro de Recursos del SIDA del Bronx y AmFAR. Otras compañías ofrecieron tiempo fuera del trabajo para que sus empleados pudieran trabajar como voluntarios con organizaciones locales de caridad. Muchos ejecutivos de empresas pertenecen a las juntas directivas de organizaciones locales y nacionales sobre el SIDA. Entre ellos se cuentan Lee Smith, ex presidente de Levi Strauss International, quien se desempeñó como director del Fondo Nacional para el SIDA; Stephen Herbitz, vicepresidente ejecutivo de Seagram & Sons, quien ha trabajado en la junta directiva del AIDS Action Council en la ciudad de Washington; Marcy Chapin, gerente de programa en la Fundación AT&T, quien se ha desempeñado como miembro de la junta directiva de la Asociación Nacional de Personas con SIDA; Harry Hohn, presidente de New York Life, quien pertenece a la junta directiva del Fondo Nacional para el SIDA; y los 50 miembros de la junta de consejeros de los programas BRTA/LRTA de los CDC.

El “préstamo” de ejecutivos es una manera poderosa en que las empresas pueden compartir su experiencia con las organizaciones dedicadas al SIDA. La compañía paga el salario del ejecutivo mientras éste trabaja en el organismo sin fines de lucro. Muchas de las compañías que integran la lista de *Fortune 500* prestan con regularidad a sus ejecutivos a organizaciones sin fines de lucro dedicadas al SIDA, lo que provee una asistencia técnica y fiscal que mucho se necesita.

La compañía de seguros de vida The Equitable prestó a Sam Burneson, uno de sus vicepresidentes, para que trabajara a tiempo completo como presidente y consultor sobre construcción de la Clínica de Reposo del Village en la ciudad de Nueva York. Las compañías también pueden ofrecer su pericia técnica a las organizaciones dedicadas al SIDA a través de eventos especiales de entrenamiento. Por ejemplo, Aetna Insurance ha apoyado activamente desde 1988 a la Conferencia Nacional de Creación de Habilidades para la Lucha contra el SIDA, la cual provee a las organizaciones dedicadas al SIDA adiestramiento en administración, finanzas, recursos humanos, programas de evaluación y los cinco componentes de un programa de VIH/SIDA para el lugar de trabajo.

A través de una variedad de programas dirigidos por las compañías, las empresas pueden alentar a sus empleados a hacer contribuciones personales a las organizaciones dedicadas al SIDA. Dichos programas incluyen las campañas de donaciones en el lugar de trabajo, programas de donaciones con contrapartida y fondos colectivos reunidos por los empleados.

Durante dos años los empleados de Lockheed en Sunnyvale, California, apoyaron a ARIS, un organismo local dedicado al SIDA, a través del Club Dólar del Mes de los Empleados de Lockheed. Las contribuciones de los empleados fueron deducidas semanalmente de sus cheques y pasaron a ser parte de un gran fondo común; una comisión de empleados recibió, revisó y subvencionó las solicitudes de la comunidad local.

Como muchas fundaciones empresariales, la Fundación Charles Schwab & Co. no dio subsidios para enfermedades específicas en los primeros años de la década de 1980. Sin embargo, cuando los directivos de la fundación observaron que un porcentaje significativo de las contribuciones directas de los empleados a través de la compañía estaban yendo a organizaciones dedicadas al SIDA, se cambió la política y la fundación comenzó a hacer contribuciones específicas para el SIDA.

■ Educación pública

La educación pública es una categoría amplia que incluye materiales educativos internos, anuncios de interés para la población, publicidad y otras clases de materiales educativos provistos como un servicio.

En 1995, la compañía editorial Jossey-Bass con sede en San Francisco coordinó la producción, almacenamiento y distribución del casete de audio “*AIDS Caregiving: Lessons for the Second Decade*” (Atención de Pacientes con SIDA: Lecciones para la Segunda Década), desarrollado en base a entrevistas con más de 80 voluntarios y profesionales en el área de la atención de pacientes. La grabación cubre la atención de pacientes, recetas para el agotamiento y fatiga de la compasión y para los cambios que el proceso causa en quien brinda la atención. Se distribuyeron 20.000 casetes sin costo a las organizaciones dedicadas al SIDA por medio de un subsidio de la Fundación Elton John.

La presidenta de Jossey-Bass, Lynn Luckow, explicó que “estamos dedicados a practicar lo que publicamos, poniendo en práctica todo lo que aprendemos nosotros mismos y nuestra compañía y ofreciendo nuestro tiempo y nuestro talento de manera voluntaria para los proyectos locales y nacionales sobre el SIDA”.

La compañía de programas de computadora Lotus Development Corporation, con sede en Massachusetts, dio un subsidio de 20.000 dólares a la Coalición Multicultural del SIDA (MAC por sus siglas en inglés) de Boston para un video documental sobre la juventud urbana y el VIH/SIDA. El documental, llamado “+ *Positive Voices*” (Más Voces Positivas), incluye entrevistas con adolescentes y personas veinteañeras y treintañeras que contrajeron el VIH cuando eran adolescentes. Estos jóvenes adultos, de diversos antecedentes culturales y étnicos, describen los resultados de su comportamiento riesgoso con el fin de educar a los adolescentes de hoy y demorar la propagación del VIH entre ellos. El gerente de asuntos comunitarios de Lotus, Anthony Anderson, describió la razón por la cual su compañía participó en el proyecto: “El SIDA es un problema que no se limita a los hombres blancos. Afecta a toda la comunidad, tanto mujeres, como niños y personas negras. ‘+ Positive Voices’ es un video poderoso que debe verse”. La directora ejecutiva de MAC, Barbara

Gomes-Beach, explicó la importancia de Lotus para el video: “Sin su apoyo no se habría iniciado el proyecto. Su contribución inicial dio el incentivo para obtener fondos de otras fuentes para completar la producción”.

Estrategias conseguir subsidios para el VIH/SIDA

El apoyo financiero directo en forma de subsidios o subvenciones es una manera poderosa en que las empresas se pueden incorporar a la lucha contra el SIDA. En la mayor parte de las regiones del país, la necesidad de dólares provenientes de la filantropía para la lucha contra el SIDA supera grandemente la oferta, lo que hace que sea imperativo que los fondos disponibles se usen tan eficazmente como sea posible. Es crítico tener una estrategia que incluya una planificación cuidadosa y la evaluación de las propuestas a fin de garantizar el éxito de cualquier iniciativa de subsidio. Para obtener información adicional sobre el establecimiento de programas de subsidios, vea “*Joining the Fight: How to Establish an HIV/AIDS Initiative in Your Community*” (Incorporándose a la lucha: cómo establecer una iniciativa sobre el VIH/SIDA en su comunidad), publicada por la Fundación Sierra Health.

Cómo comenzar

Ya sea que su organización esté planeando una nueva iniciativa o se esté uniendo a acciones existentes, hay varios pasos importantes que deben darse para comenzar.

- *Determine las necesidades de la comunidad.* Aunque el SIDA es devastador donde sea que se encuentre, las necesidades de distintas comunidades varían grandemente. Por ejemplo, la educación y la prevención son una prioridad alta en todas partes, pero en uno de los epicentros de la enfermedad es también una prioridad alta la atención de las personas que ya viven con la enfermedad. La determinación de esta necesidad puede hacerse a través de medios formales o informales, pero si se espera que el programa de subsidios tenga un impacto, es necesario dirigirlo hacia una necesidad real y definida.
- *Seleccione una estrategia o método.* Aunque existen cientos de métodos posibles para establecer un programa de subsidios para el SIDA, la clave del éxito es armonizar los puntos fuertes, los intereses y el mercado de la compañía con las necesidades de la comunidad. Es posible que una compañía subsidie solamente ciertos tipos de programas, como los que proveen educación, atención, investigación o política pública; o puede limitarse a una audiencia particular, como niños o adolescentes. Puede elegir el subsidio de programas en las comunidades donde hace negocios o puede adoptar un alcance geográfico más amplio. Por ejemplo, la *Hasbro Children's Foundation*, la división de *Hasbro Toy Company* dedicada a la caridad, subvenciona programas para niños de menos de 12 años en el área de la ciudad de Nueva York, donde tiene su sede central. Una de las prioridades de la fundación es subsidiar programas que ayuden a los niños nacidos de padres infectados con el VIH. En síntesis, para la mayoría de las empresas, el enfoque debería reflejar los valores y la imagen de la compañía desea proyectar.
- *Establezca objetivos realistas.* La magnitud y alcance de la epidemia del SIDA pueden ser enormes, pero el establecimiento de objetivos realistas para una

iniciativa de subsidios y al apoyo a los programas que se esfuercen para alcanzar esos objetivos pueden prevenir la parálisis. Una estrategia eficaz para las compañías que recién comienzan es dar pasos pequeños. Según el ex director ejecutivo de *Funders Concerned About AIDS*, Michael Seltzer, “los pasos pequeños también pueden hacer que nuestros objetivos se hagan realidad. Mirando lo que ocurrió en la pasada década, vemos cómo las pequeñas mejoras, los proyectos pilotos y aún las pequeñas donaciones han dejado una marca”. Agrega que, “armadas con los hechos, un plan bien dirigido y una rica gama de recursos, tanto las donaciones pequeñas como las grandes pueden ofrecer su contribución”.

- *Considere colaboraciones.* Debido a que las compañías tienen recursos limitados para dedicar a cuestiones relacionadas con el VIH/SIDA, un donante puede maximizar sus recursos al colaborar con organizaciones que complementan su capacidad y su interés en el otorgamiento de donaciones. Los subsidios también pueden facilitarse y mejorarse cuando las empresas trabajan junto a otros donantes, como las fundaciones privadas, las fundaciones comunitarias y las filiales de United Way. Existen recursos valiosos en las redes provistas por organizaciones como el Fondo Nacional para el SIDA, las fundaciones comunitarias y las asociaciones regionales de donantes.
- *Consulte con los empleados.* Mantener la participación de una compañía en la cuestión del SIDA requiere una dedicación constante de parte de los empleados de la misma. Cuando explore las prioridades de sus subsidios o subvenciones, sería beneficioso que consulte con sus empleados y que los invite a participar en el proceso de planificación. Es posible que algunos empleados tengan una perspectiva o experiencia que los haga valiosos para este proceso. Es probable que algunos de ellos ya hayan sido tocados por el SIDA. Es posible que sean voluntarios en una organización local dedicada al SIDA o que hayan participado en actividades de recaudación de fondos, como una caminata por el SIDA.

Evaluación de propuestas

Dos preguntas clave con respecto a cualquier propuesta son: ¿Cumple la propuesta con los requisitos que se especificaron en la solicitud? ¿Es probable que el programa cumpla con los objetivos que se ha propuesto? Además, deberían responderse las siguientes preguntas específicas respecto al VIH/SIDA cuando se evalúen los méritos de las propuestas.

- ¿Demuestra el candidato un conocimiento sustancial sobre el VIH/SIDA, en particular con respecto a la comunidad local?
- ¿Hay alguna evidencia de que el candidato esté colaborando con otras organizaciones en su campo de actividad?
- ¿Cuáles son los indicadores de la experiencia y la pericia del candidato para trabajar con el sector de población seleccionado?
- ¿Demuestra el candidato la capacidad de evaluar el impacto de su trabajo?
- ¿Cuán activa es la junta directiva de la organización solicitante?

- ¿Cómo proponen los líderes de la organización solicitante aprender de otras campañas relacionadas?
- ¿Ha propuesto el candidato algún método para difundir los resultados de su trabajo a otros?
- ¿Se ha diseñado el proyecto de tal manera que pueda ser repetido en otros lugares?

EVALUACIÓN DE LA SITUACIÓN Y PROGRESO

No se equivoque: el SIDA sigue siendo un problema médico, social y económico de proporciones masivas. Con mejores tratamientos, las personas infectadas con el VIH están viviendo y manteniéndose productivas durante más tiempo. Pero cada día son más las personas infectadas con el virus y aumenta el número de personas que mueren y todavía no se vislumbra una cura.

La última década ha visto el despertar de la comunidad empresarial. Compañías grandes y pequeñas han tomado la iniciativa al combatir el SIDA mediante la educación de su fuerza de trabajo, uniéndose a los grupos de trabajo comunitarios, contribuyendo fondos a las fundaciones locales, movilizándolo a sus empleados y asumiendo posiciones de liderazgo dentro de sus comunidades. Pero queda mucho por hacer.

“Cada sector de nuestra sociedad debe intensificar sus esfuerzos para vencer esta enfermedad. De otro modo vamos a fracasar”, dice el director ejecutivo del Funders Concerned About AIDS, Paul Di Donato. Para el mundo empresarial, eso significa que las empresas que todavía no están participando deben hacerlo y aquellas que ya están en la lucha deben mantener su dedicación y profundizar su participación. Esto significa la elaboración de políticas, el entrenamiento de líderes laborales, la educación de los empleados y sus familias y la participación en la comunidad y el trabajo voluntario.

El gerente de comunicaciones globales de Levi Strauss, Richard Woo, explica la importancia de un enfoque integral: “Basándonos en nuestra experiencia de los últimos diez años, hemos aprendido que las compañías que tienen un mayor impacto en la lucha contra el SIDA son aquellas que se deciden por un enfoque integral e involucran todos los aspectos de su negocio en este esfuerzo. Tienen políticas internas sobre el SIDA y proveen educación en el lugar de trabajo. Alientan a sus empleados a ofrecer su tiempo como voluntarios y contribuir dinero a la causa del SIDA. Sus ejecutivos usan sus posiciones como líderes en la comunidad para adelantar cuestiones relacionadas con el SIDA y, finalmente, ofrecen subvenciones para apoyar a las organizaciones dedicadas al SIDA”.

Tenemos la esperanza de que esta guía haya mostrado a quienes ofrecen subsidios o subvenciones la importancia de su participación y el papel crítico que tienen en la lucha contra el SIDA.

PREGUNTAS FRECUENTES

■ ¿Por qué deberían las empresas preocuparse por el SIDA?

Las empresas deberían preocuparse por el SIDA porque son miembros responsables de sus comunidades y sus empleados, proveedores y clientes son afectados por la enfermedad. El SIDA es un problema de todos y es un asunto que les incumbe a todos. La Asociación de Administración de Estados Unidos informó que en 1994 el 37,5 por ciento de las firmas encuestadas había tratado con casos de VIH o SIDA, un mayor porcentaje comparado con el 22,8 por ciento registrado en 1991. Pronto todas las empresas, cualquiera sea su tamaño, serán afectadas directamente. Las empresas pueden tomar la iniciativa para tratar este asunto o tratarlo al plantearse una crisis, pero eventualmente tendrán que tratar con él.

“Todos debemos estar preocupados por el SIDA. También creo que las empresas tienen la obligación de ser ciudadanos empresariales constructivos, ya sea que participen ellas mismas en la lucha contra el SIDA o en otras cuestiones importantes. Es necesario que las empresas hagan lo que sea correcto no sólo para sus accionistas y empleados, sino también para las comunidades en las que operan”.

Martin Berkowitz,
Vicepresidente,
The Prudential

■ ¿No es acaso responsabilidad del gobierno federal tratar con el SIDA?

La filantropía organizada no tiene los recursos para detener al SIDA por sí sola, de modo que el gobierno federal debe asumir un papel central. Pero el gobierno por sí mismo no es la respuesta. Los donantes empresariales y comunitarios pueden y deben hacer su parte. Pueden subsidiar programas para cubrir las áreas que no abarcan los programas federales. Pueden apoyar iniciativas innovadoras o programas polémicos. Están en mejor posición de identificar las necesidades locales y responder rápidamente a ellas. Al final, será la colaboración entre el gobierno y el sector privado lo que detendrá la epidemia.

■ ¿No hay acaso otros problemas más urgentes, como la violencia urbana o el cáncer de seno?

Nadie sugiere que el SIDA sea el único foco de participación comunitaria de las empresas, pero debido a que se trata de una profunda amenaza para nuestro país, debería seguir siendo una de nuestras prioridades. Muchos males sociales afectan a nuestro país y se le está pidiendo a la comunidad empresarial que haga más en una amplia gama de cuestiones. El error implícito en la pregunta, sin embargo, es la implicación de que la participación en la comunidad es un tema absoluto, que la filantropía empresarial para enfrentar el SIDA resultará inevitablemente en menos atención a otros problemas importantes. De hecho, existe en este país el vasto recurso sin explotar de los voluntarios. Cuando un líder empresarial apoya públicamente una causa filantrópica, hace más fácil que otros dentro de la compañía, la industria y la comunidad hagan lo mismo. A medida que más personas participan, se crean más recursos para ser dirigidos a una amplia variedad de problemas sociales.

■ ¿Cómo puedo crear subsidios para la lucha contra el SIDA cuando mis prioridades de donación están estrictamente limitadas a áreas específicas, como las artes?

Aunque algunas empresas han desarrollado programas específicos para subsidiar actividades relacionadas con la lucha contra el VIH/SIDA, muchas más apoyan los esfuerzos para el SIDA a través de sus planes de donaciones existentes. Para los

donantes que se concentran en niños o en mujeres, por ejemplo, hay programas que responden al SIDA en estas áreas. Para las fundaciones interesadas en la vivienda, la pobreza, la educación, los derechos civiles o las políticas públicas, existen muchas actividades relacionadas con el SIDA y oportunidades de hacer donaciones. Sin ir muy lejos, un donante interesado en las artes puede apoyar a grupos de teatro que hacen trabajo de prevención del SIDA. Los programas de subsidios educativos pueden apoyar el desarrollo de programas de salud o de estudios sociales que tratan con el SIDA.

■ **¿Qué clase de proyectos y programas tienen el mayor impacto?**

Los programas que tienen el mayor impacto son los que tienen las ideas más claras sobre lo que debe hacerse y cómo hacerlo. Son los programas cuyo personal demuestra un conocimiento sustancial sobre la infección en su comunidad y tiene la habilidad y la experiencia necesarias para lograr los objetivos del programa. Tienen una junta directiva activa y con experiencia y colaboran con otras organizaciones que trabajan en el mismo campo con el mismo sector seleccionado de la población como objetivo. Son dirigidos por personas que están dispuestas a aprender de la experiencia de otras organizaciones. Tienen planes concretos para evaluar sus programas y para difundir su conocimiento.

■ **¿Cómo podemos comenzar?**

Antes que nada, obtenga más información, especialmente sobre el impacto del SIDA en su comunidad. Las organizaciones locales dedicadas al SIDA, los departamentos de salud pública, las fundaciones comunitarias, las oficinas de United Way, la línea telefónica de los CDC u otros donantes para el VIH/SIDA son recursos valiosos. *Funders Concerned About AIDS* provee información y asistencia técnica a organizaciones que están intentando comenzar programas filantrópicos para el VIH/SIDA. La Caja de Materiales del programa BRTA/LRTA provee excelente información y es otra buena manera de comenzar.

■ **El SIDA es un tema polémico en mi comunidad. ¿Cómo puedo saber si los subsidios para el SIDA no van a perjudicar mi negocio?**

Esto no sucederá, pero la esencia del liderazgo es tomar una posición aún cuando sea riesgosa. Desafortunadamente, el SIDA continúa siendo un tema polémico porque todavía la infección con el VIH es considerada un estigma social, aunque cualquiera puede ser infectado con el virus. Si el SIDA es un tema polémico, tal vez el lugar por donde comenzar sea la educación para aclarar la información errónea y reducir el temor infundado. Una vez que se haya comenzado este proceso, es a menudo más fácil subsidiar programas que provean servicios a las personas que ya están infectadas.

- **Mi compañía no cuenta con los recursos para iniciar un programa de subsidios en gran escala. ¿Cómo podemos participar sin tener que dedicar una cantidad irrazonable de recursos para administrar los subsidios?**

Se puede ayudar a combatir el SIDA incorporándose a esfuerzos que ya están en marcha. En la mayoría de los casos no hay necesidad de crear o dedicar personal a un nuevo programa. Muchas comunidades locales tienen sus propias fundaciones y organizaciones dedicadas al VIH/SIDA. La provisión de apoyo financiero a través de estas organizaciones es una manera de participar sin dedicar una cantidad irrazonable de recursos para la administración y otros costos.

- **¿Cómo pueden los subsidios para el SIDA tener un impacto en la comunidad internacional?**

La amenaza del SIDA no conoce fronteras. Las compañías con una fuerte presencia internacional están en buena posición para transferir mucho de lo que se ha aprendido en este país a otros lugares. Al apoyar programas integrales para el lugar de trabajo y programas educativos comunitarios, las compañías pueden tener un gran impacto sobre cómo se percibe al SIDA y sobre el tratamiento de las personas que viven con la enfermedad en los países en los que operan.

RECURSOS

Centro para el Control y la Prevención de Enfermedades Servicio de Recursos para Empresas y Empleados de los CDC

1-800-458-5231 (voz)
1-888-282-7681 (fax)
1-800-243-7012 (TDD)
www.aidsatwork.org

Los programas El Mundo Empresarial Responde al SIDA/Los Trabajadores Responden al SIDA (*Business Responds to AIDS/Labor Responds to AIDS*) son resultado de una asociación de colaboración público-privada en la que participan los CDC, el sector de la salud pública, el mundo empresarial, la fuerza de trabajo y otras organizaciones y organismos.

El propósito de estos programas es prevenir la propagación del VIH mediante la educación en el lugar de trabajo y a través de los servicios comunitarios. Los CDC, a través del programa BRTA/LRTA, ayuda a empresas en todo el país a diseñar e implementar políticas con base laboral sobre el VIH y el SIDA. También ayuda a implementar programas educativos para empleados, sus familias y la comunidad.

Además de la educación, servicios y prevención del VIH, los objetivos de BRTA/LRTA incluyen prevenir la discriminación y respaldar el servicio comunitario y el trabajo voluntario tanto en el lugar de trabajo como en la comunidad. Para alcanzar estos objetivos, BRTA/LRTA ha desarrollado materiales, referencias y asistencia técnica para empresas con el fin de ayudarles a crear programas integrales sobre el VIH y el SIDA.

AIDS Action Council (Consejo de Acción sobre el SIDA)

1906 Sunderland Place, NW
Washington, DC 20036
202-530-8030
202-986-1345 (fax)

Información sobre políticas públicas y legislación que afectan a personas infectadas con el VIH/SIDA.

Cruz Roja de Estados Unidos

8111 Gatehouse Road
Falls Church, VA 22042
1-800-375-2040
703-206-7754 (fax)

Educación extensamente evaluada y efectiva sobre el VIH/SIDA para el lugar de trabajo. Énfasis en presentaciones culturalmente sensitivas y neutrales, las cuales pueden ser adaptadas para la gerencia o el personal. Disponibles en todo el país a través de instructores preparados de la Cruz Roja de Estados Unidos.

Otras organizaciones que proveen información y asistencia a empresas y otros donantes

Centro Nacional de Prevención e Información del CDC

P.O. Box 6003
Rockville, MD 20849-6003
1-800-458-5231
1-888-282-7681 (fax)

Materiales y recursos sobre el VIH/SIDA.

Entertainment Industries Council (Consejo de la Industria del Entretenimiento)

1760 Reston Parkway, Suite 415
Reston, VA 22090
703-481-1418 (fax)

Ayuda a las compañías y a los sindicatos laborales en la industria del entretenimiento a implementar entrenamientos sobre el VIH/SIDA para los empleados. Actúa en las costas este y oeste del país.

Línea Nacional del SIDA

1-800-342-AIDS (2437) (inglés)
1-800-344-SIDA (7432) (español)
1-800-243-7889 (TTY)

Respuestas confidenciales a preguntas específicas sobre el VIH/SIDA.

Funders Concerned About AIDS

50 East 42nd Street, 19th Floor
New York, NY 10017
212-573-5533
212-949-1672 (fax)

Materiales sobre el VIH/SIDA para donantes, incluso una revista de cuatro números anuales e informes ocasionales de interés para los donantes. Las publicaciones actuales cubren las donaciones empresariales, de fundaciones e internacionales así como las políticas públicas. El FCAA también patrocina foros y conferencias educativas sobre el VIH/SIDA para donantes.

Fondo Nacional para el SIDA

1400 I Street, NW Suite 1220
Washington DC 20005
202-408-4848
202-408-1818 (fax)

Conocida anteriormente como *National Community AIDS Partnership*, la organización recauda fondos para apoyar actividades de base comunitaria sobre el VIH/SIDA en todo el país. También distribuye información sobre programas modelo que se subsidian por medio de estos esfuerzos, provee información para evaluar programas de prevención del VIH/SIDA y desarrolla respuestas al SIDA en el lugar de trabajo, que incluyen políticas, beneficios y educación del empleado.

Asociación Nacional de Personas con SIDA

1418 N Street NW
Washington, DC 20006
202-898-0414
202-898-0435 (fax)

Tiene conferencistas disponibles en todo el país para presentaciones educativas sobre el VIH/SIDA para empresas, empleados y el gobierno. Se concentra en las cuestiones sobre el VIH/SIDA en el lugar de trabajo.

The National Council on International Health (Consejo Nacional sobre la Salud Internacional)

1701 K Street NW, Suite 600
Washington, DC 20006
202-833-5900
202-833-0075 (fax)

Información sobre el alcance internacional del VIH/SIDA.

National Minority AIDS Council (Consejo Nacional de Minorías para el SIDA)

1931 13th Street NW
Washington, DC 20009
202-483-6622
202-483-1135 (fax)

Asistencia técnica y consultas sobre cuestiones y prioridades en las comunidades minoritarias.

**The New England Corporate Consortium for AIDS Education
(Consortio Empresarial de Nueva Inglaterra para la Educación sobre el SIDA)**

P.O. Box 390917
Cambridge, MA 02139-0010
617-441-3312

Publica materiales educativos diseñados para ayudar a resolver cuestiones sobre el SIDA en el lugar de trabajo. Provee materiales para ayudar a las empresas a elaborar políticas sobre el VIH/SIDA.

The Sierra Health Foundation

2525 Natomas Park Drive, Suite 200
Sacramento, CA 95833
916-922-4755
916-922-4024 (fax)

Publica un manual titulado "Joining the Fight: How to Establish an HIV/AIDS Initiative in Your Community" (Incorporándose a la lucha: cómo establecer una iniciativa sobre el VIH/SIDA en su comunidad).

**The United States Conference of Mayors
(Conferencia de Alcaldes de Estados Unidos)**

AIDS/HIV Program and AIDS Information Exchange
1620 I Street NW
Washington, DC 20006
202-293-7330

Publica materiales sobre cómo evaluar programas de prevención del VIH/SIDA, sobre cómo determinar las necesidades de programas y servicios y sobre actividades federales de prevención, educación, servicios, e investigación.

United Way of America

HIV/AIDS Services Department
701 N. Fairfax Street
Alexandria, VA 22314
1-800-892-2757
703-683-7840 (fax)

Provee asistencia técnica sobre cómo determinar necesidades, métodos de recaudación de fondos para el VIH/SIDA, planificación y donaciones de empresas.

FUNDERS CONCERNED ABOUT AIDS (DONANTES INVOLUCRADOS EN LA LUCHA CONTRA EL SIDA)

Funders Concerned About AIDS fue creado en 1987 por miembros de las comunidades empresariales y de fundaciones para adelantar la respuesta filantrópica a la epidemia del VIH/SIDA. Con sede en la ciudad de Nueva York, el FCAA es en la actualidad una de las mayores asociaciones de donantes. Representa a más de 1.700 directivos individuales tanto en empresas como en fundaciones de 50 estados y 21 naciones. Más de 70 donantes en todo el país contribuyen su tiempo y talento como miembros de las diversas comisiones de la organización.

El FCAA está dedicado a movilizar el liderazgo y los recursos de la filantropía en el plano nacional e internacional para erradicar la pandemia del VIH/SIDA y para tratar sus consecuencias sociales y económicas. Algunos objetivos específicos incluyen:

- Alentar a los donantes a que incluyan el VIH/SIDA en sus programas de subsidios
- Producir información, materiales y programas sobre el VIH/SIDA para los donantes
- Ofrecer asistencia técnica a los donantes que están respondiendo a la epidemia
- Identificar oportunidades estratégicas para dar subsidios a nivel local, regional, nacional e internacional
- Promover la colaboración entre los donantes
- Hacer que los donantes participen en los esfuerzos por mejorar las políticas públicas en cuestiones relacionadas con el SIDA

El FCAA no es una fuente de fondos. Es una organización sin fines de lucro para la caridad pública de tipo 501(c)(3).

Reconocimientos

Agradecemos a las personas que han hecho posible esta guía. Ellas incluyen, aunque no exclusivamente, a Angie Hammock, Roy Ahn, Chris Maddock, Diane Peck, Mitch Hurst, Karen Fishman, James Nichols, Thomas Beech, Richard Woo, David Packard, Callie Gass, Tessa Carmen De Roy, Julia Mitchell, Jeanne Bates, Kassie Davis, Brenda Larabee, Elan Fabbri, Karen Howell, Martin Berkowitz, Richard Williams, Judy Ivy, Lee Arning y al Grupo Asesor Empresarial de *Funders Concerned About AIDS* (Vivian Beetle, Peter Bushyeager, Lynn Stekas, Richard Turner y Deborah Wallace).

Redacción

Jennifer Kirshner

Personal

Paul A. Di Donato

Director Ejecutivo

Jack Guza

Coordinador Administrativo

Ging M. Louie

Coordinador del Programa

Pauline Reinish

Auxiliar administrativa

JUNTA DIRECTIVA DE FUNDERS CONCERNED ABOUT AIDS

Len McNally, Presidente <i>New York Community Trust</i>	Vincent McGee <i>The Irene Diamond Fund</i>
Kim Hamilton, Vicepresidenta <i>Alcoa Foundation</i>	*Ben Plumley <i>Glaxo Wellcome, Inc</i>
Fred Silverman, Secretario anteriormente con <i>Apple Computer, Inc.</i>	Carmen Price <i>United Way of New York City</i>
Vivian Beetle, Tesorera <i>Hoffmann–La Roche Inc.</i>	Cindy Rizzo <i>The Boston Foundation</i>
Joyce Bove, Presidenta Honoraria <i>The New York Community Trust</i>	Ruth Shack <i>Dade Community Foundation</i>
Nick Bollman <i>The James Irvine Foundation</i>	*Judy Spiegel <i>California Community Foundation</i>
Marsha Bonner <i>Marin Community Foundation</i>	Lynn Stekas <i>Mutual of New York Foundation</i>
Karen Brosius <i>Philip Morris Companies</i>	Peter Teague <i>Horizons Foundation</i>
Stuart Burden <i>The John D. & Catherine T. MacArthur Foundation</i>	Richard Turner <i>Peoples Energy</i>
Irene Crowe <i>The Pettus Crowe Foundation</i>	Beth Volz <i>The Cleveland Foundation</i>
*Stephen Foster anteriormente con <i>The Charles A. Dana Foundation</i>	Betty Wilson <i>The Health Foundation of Greater Indianapolis, Inc.</i>
David Gould <i>United Hospital Fund</i>	<i>Las afiliaciones son solamente con propósito de identificación. 1999</i>
Antonio Maciel <i>The Open Society Institute</i>	*Miembro del Comité Ejecutivo

CASOS PRÁCTICOS SOBRE EL PATROCINIO DE LA LUCHA CONTRA EL VIH/SIDA

Caso práctico 1

Marshall Field's: Mantener la dedicación

Marshall Field's ha apoyado durante mucho tiempo a las organizaciones dedicadas al SIDA en el área de Chicago. En 1987 la compañía patrocinó una grandiosa función benéfica seguida por una cena de gala y baile en el comedor de su tienda principal. El evento recaudó un millón de dólares e inició una colaboración estrecha y de larga duración entre la compañía y la Fundación para el SIDA de Chicago, la cual asumió la administración de todos los subsidios de *Field's* para el SIDA. Más tarde, cuando la tienda *Dayton Hudson* compró *Marshall Field's*, no estaba claro si los nuevos dueños continuarían las donaciones para actividades contra el SIDA.

Afortunadamente, el nuevo presidente de *Field's*, Daniel J. Skoda, se reunió con representantes de la fundación en su primera semana en el cargo y aseguró la dedicación de *Field's* a los subsidios y tareas de recaudación de fondos de la fundación. Kassie Davis, a cargo de las relaciones públicas y comunicaciones de *Field's*, atribuye tres factores clave a su habilidad para mantener esta dedicación:

- La propia *Dayton Hudson* tiene una larga historia de filantropía empresarial. Fue una de las primeras compañías grandes que dedicó el 5 por ciento de sus ganancias antes de impuestos a causas caritativas y canaliza el 20 por ciento de sus donaciones a través de sus tiendas para que éstas puedan apoyar causas en sus comunidades locales, fuera de las áreas seleccionadas por la compañía.
- La relación entre *Field's* y la Fundación para el SIDA de Chicago provenía de larga data y las conexiones eran fuertes.
- Los empleados de *Field's* asignaron una alta prioridad a los subsidios para el SIDA. En 1995 los empleados de la compañía fueron encuestados para determinar sus prioridades respecto a las donaciones caritativas. Cuando se les ofrecieron 23 posibilidades, los empleados eligieron la educación y la prevención del SIDA en segundo lugar en su lista de prioridades.

El liderazgo, las buenas relaciones entre las compañías y las organizaciones dedicadas al SIDA y la fuerte participación de los empleados pueden mantener la dedicación filantrópica de una compañía.

Caso práctico 2

Tarrant County Community AIDS Partnership:

El liderazgo comunitario vence una resistencia arraigada

A mediados de la década de 1980 el SIDA era un tema polémico en muchas áreas del país. Entonces, como ahora, muchas personas no consideraban al SIDA como un asunto que afectaba a la comunidad en general. En este tipo de ambiente en un condado de Texas, la *National Community AIDS Partnership* (ahora el Fondo Nacional para el SIDA) ofreció un subsidio de 225.000 dólares en tres años a la comunidad si ésta podía recaudar una suma igual por su cuenta. El desafío fue aceptado y se formó una asociación comunitaria dedicada al SIDA. James Nichols, un líder comunitario de muchos años y presidente de la compañía de ingeniería Freese and Nichols, con sede en Fort Worth, fue elegido para dirigir la comisión de desarrollo de la asociación.

“Al principio experimentamos una resistencia significativa cuando salíamos a recaudar el dinero”, explica Nichols, “pero con el tiempo pudimos vencer las actitudes arraigadas sobre el SIDA”. ¿Cómo? Nichols visitó personalmente a otros líderes en la comunidad para escuchar sus dudas. Puso su reputación en juego e invitó a otros líderes a que hicieran lo mismo. Hizo hincapié en que el SIDA es un problema nacional que no se limita a un sector de la población en particular y describió la necesidad crítica de educación para prevenir la propagación de la enfermedad. En cuatro meses la comisión de desarrollo superó su meta de recaudación de fondos de ese año.

“Hemos avanzado mucho”, dice Nichols. “La asociación ha sido muy exitosa y el liderazgo comunitario fue absolutamente crucial en este proceso. Estoy orgulloso de la manera en que ha respondido la comunidad”.

Caso práctico 3

AIDS Council of Kansas City (Consejo de la Ciudad de Kansas sobre el SIDA): Perfeccionamiento del proceso

En los últimos años de la década de 1980, el alcalde de la ciudad de Kansas, Dick Berkley, creó un grupo de trabajo para desarrollar un plan de base comunitaria a fin de enfrentar la epidemia del SIDA. Designó a dos líderes cívicos para que encabezaran el grupo de trabajo. Uno de ellos, William Harsh, había sido vicepresidente ejecutivo de *Hallmark Cards*.

Tras un examen de la situación, el grupo de trabajo recomendó que se creara un nuevo cuerpo — el Consejo de la Ciudad de Kansas sobre el SIDA — para coordinar las actividades de las organizaciones dedicadas al SIDA en la comunidad. Estaría integrado por donantes, proveedores de servicios relacionados con el SIDA, ejecutivos de hospitales, profesionales de la atención de salud y otros miembros de la comunidad. En lugar de ofrecer servicios, actuaría como un centro de distribución de información y un foro en el cual todos los miembros de la comunidad que estuvieran luchando contra el SIDA podrían trabajar juntos para utilizar de manera más eficiente los limitados recursos.

Harsh llevó la idea a *Hallmark*. “Su liderazgo fue fundamental para obtener el apoyo de la empresa al consejo”, dice Jeanne Bates, vicepresidenta de Hallmark Corporate Foundation. A través de su influencia, la fundación proveyó fondos para iniciar la tarea. Como miembro de la junta directiva del Consejo, Bates reclutó a varias otras empresas y fundaciones. “La manera en que funciona esto en la ciudad de Kansas y supongo que en todas partes, es que se necesita liderazgo”, explica Bates. “Si su compañía es respetada y usted busca la ayuda de sus colegas del mundo empresarial, por lo general puede conseguirlo”.

Caso práctico 4

Levi Strauss & Co.: Ciudadano empresarial líder en la crisis del SIDA

En 1982 un grupo de empleados de *Levi Strauss & Co.* solicitó permiso para distribuir literatura educativa sobre el SIDA. El grupo sintió que era importante proveer la información disponible, pero temía que los otros empleados iban a despreciar la información, creyendo que los miembros del grupo eran homosexuales o estaban infectados con el virus del SIDA. Robert Haas, entonces vicepresidente ejecutivo y directivo principal de operaciones y ahora presidente de la compañía, sugirió que los gerentes de mayor rango — él incluido — ayudaran con su presencia cuando se

distribuyera la información para aliviar los temores y comunicar la importancia de educar a los empleados sobre la enfermedad. Este acto de compasión y valentía estableció el tono de la respuesta de la compañía al SIDA. También fue importante el impulso de numerosas iniciativas que contribuyeron a la reputación de la compañía como un líder internacional en cuestiones del SIDA.

Desde el comienzo, la respuesta de *Levi Strauss & Co.* al SIDA estuvo enfocada en dos áreas: la educación para el lugar de trabajo y la participación en la comunidad. Grupos de empleados en San Francisco comenzaron actividades voluntarias relacionadas con el SIDA en 1982 y la educación formal de los empleados se inició en 1983. Poco tiempo después, la *Levi Strauss Foundation* comenzó a dar subsidios para el SIDA.

En *Levi Strauss & Co.* la participación de los empleados en cuestiones del SIDA no es obligatoria. El liderazgo empresarial puede proveer la visión, pero los empleados desarrollan maneras innovadoras para llevarla adelante. Un ejemplo es la Conferencia Internacional sobre el SIDA de 1994, en Japón. Los empleados de *Levi Strauss & Co.* decidieron patrocinar una reunión de un día antes de la conferencia para organizaciones no gubernamentales (ONG) de todo el mundo. El objetivo principal era fortalecer la comunidad de ONG en Japón mediante la provisión de conexiones internacionales y acceso a recursos globales. Los fondos para la conferencia fueron provistos por la compañía, voluntarios de *Levi Strauss* en Japón organizaron el evento y un ejecutivo de alto rango de *Levi Strauss Japan* habló en la Conferencia Internacional durante una sesión dedicada a la educación en el lugar de trabajo.

Tanto a nivel nacional como internacional, *Levi Strauss & Co.* ha brindado un modelo de lo que puede hacer una compañía cuando su cultura, visión y recursos están dedicados a combatir el SIDA.

Caso práctico 5

Unique Casual Restaurants, Inc. (anteriormente DAKA International)

Unique Casual Restaurants, Inc. es una compañía de alimentos con sede en Massachussets que emplea a más de 19.000 personas y opera 700 instalaciones a través de Estados Unidos. Es la compañía matriz de los restaurantes *Fuddruckers* y de un número de otros negocios.

Hacia mediados de la década de 1980, una de las empleadas antiguas de *Unique Casual Restaurants, Inc.* se casó con un hombre infectado con el VIH. Al enterarse de la enfermedad del hombre, los compañeros de trabajo rehuieron a la mujer y los clientes boicotearon el restaurante en el que ella trabajaba. *Unique Casual Restaurants, Inc.* tenía dos opciones: ignorar estos hechos o enfrentarlos. Percibiendo que el SIDA en el lugar de trabajo, especialmente en la industria del servicio de comidas, probablemente se tornaría en un problema más grande en el futuro, *Unique Casual Restaurants, Inc.* — dirigida por su presidente, William H. Baumhauer — ofreció una respuesta vigorosa. La compañía desarrolló e implementó una política integral para el lugar de trabajo sobre el SIDA que incluyó enseñarles a los empleados cómo se puede y no se puede contraer el virus. Baumhauer comprometió a la compañía a tratar a las personas con el VIH con compasión y confidencialidad, y la empresa implementó una política que específicamente prohíbe la discriminación debido a la infección con el VIH.

Baumhauer ha trabajado sin descanso para adelantar la causa de la educación y la prevención del SIDA, tanto en el lugar de trabajo como en la comunidad. Ha sido una fuerza fundamental en el programa El Mundo Empresarial Responde al SIDA, el cual es administrado por los CDC. “Es posible que la industria del servicio de alimentos sea particularmente sensible a la presencia del SIDA en el lugar de trabajo, pero todas las industrias — y compañías de todos los tamaños — se enfrentarán probablemente a esta realidad en el futuro cercano, si no lo han hecho ya”, dice Baumhauer .

Caso práctico 6

Virgin Megastores: Orientación hacia las comunidades de color

El apoyo a las organizaciones dedicadas al SIDA ha sido una prioridad importante para *Virgin Megastores*. Aunque la dedicación es compartida por toda la empresa, las tiendas individuales en todo el país planifican, patrocinan y realizan eventos adaptados a las necesidades de sus comunidades locales. En San Francisco, como en el resto del país, las personas de color representan un grupo cada vez más grande desproporcionadamente de los nuevos casos de SIDA, de modo que *Virgin Megastore* en San Francisco se unió con el Grupo de Trabajo Nacional para la Prevención del SIDA (*National Task Force on AIDS Prevention* o NTFAP) y los disc jockeys locales para patrocinar un baile destinado a recaudar fondos dirigidos principalmente en apoyo a los esfuerzos de prevención del SIDA en la comunidad de color.

El evento, llamado “Spin It! DJs Fighting for a Cure” (¡Hazlo girar! Los disc jockeys luchan por una cura), les dio a los artistas, a los promotores de los clubes y a sus audiencias la oportunidad de demostrar su apoyo en la batalla contra el VIH. *Virgin Megastore* abrió su principal tienda en el centro de la ciudad para promover el evento. Los disc jockeys locales pusieron la música y el NTFAP coordinó a los voluntarios que distribuyeron materiales educativos sobre el VIH/SIDA. El evento atrajo a 1.500 personas y generó la atención positiva de la prensa local a los esfuerzos relacionados con el VIH/SIDA.

“Nuestro objetivo fue usar la tienda como un vehículo para distribuir información y apoyar la prevención de VIH en las comunidades de color”, explicó Christopher Sherman, asistente de comercialización del norte de California.

Estos materiales fueron desarrollados en asociación con *Funders Concerned About AIDS*. Revisados en febrero de 1998.

La información en esta publicación es solamente para conocimiento general y con fines educativos y no está dirigida a ser usada como asesoramiento legal. Para obtener asesoramiento legal específico, las empresas y los individuos deberían consultar a un abogado.