

## Responsabilidad Social

## NOTICIAS A UN CLIC

Invertir más y mejor en primera infancia

Ecopetrol invirtió \$2.822 millones en vías

Fondo Acción articula proceso para exportar el fruto del árbol de jagua

Facebook

Twitter

Google +

LinkedIn

Jueves, Abril 7, 2016

## Claro, Cemargos y Bavaria le apuestan a iniciativas deportivas



**Bogotá** La popularidad y el reconocimiento que se les ha otorgado a nivel mundial a deportistas como James Rodríguez, Radamel Falcao García, Mariana Pajón y Orlando Duque, han servido de trampolín para que algunas compañías en Colombia dirijan sus programas de responsabilidad social empresarial hacia el deporte para lograr la inclusión social.

Entre las grandes empresas que integran la lista con iniciativas deportivas se encuentran la multinacional de telecomunicaciones Claro, Cementos Argos, Bavaria, Cerrejón, Coca-Cola Femsa, PepsiCo y Harinera del Valle, entre otras.

“Las empresas son cada vez más conscientes de que el modelo de responsabilidad no puede estar aislado de su cadena de valor. Y por eso las del sector de alimentos y bebidas, cuyo negocio principal se relaciona con la salud de las personas, desarrollan estratégicamente su plan de responsabilidad empresarial vinculado con elementos que mejoran el bienestar”, manifestó el experto en responsabilidad social, Víctor Malagón.

El especialista añadió que los casos en que las empresas son de otro sector, como el de telecomunicaciones, las iniciativas deportivas surgen en busca de “un equilibrio en las dimensiones físicas, racionales y emocionales, que apuntan a desarrollar una dimensión integral”.

Sin duda alguna, el fútbol es el deporte predilecto de los colombianos. Este mismo dominio se presenta en los programas de responsabilidad social de las empresas. Un ejemplo de ello es el torneo denominado desde hace 33 años como Pony Fútbol, el cual organiza Bavaria en Medellín a través de su marca de bebidas no alcohólicas Pony Malta.

Por este torneo, en el que participan equipos como Atlético Nacional y Millonarios, han figurado futbolistas como James Rodríguez, Radamel Falcao García, Juan Fernando Quintero, David Ospina y Jackson Martínez, entre otros.

De igual forma, Claro desarrolla la Copa Claro, que desde su aparición en 2009 ha beneficiado a cerca de 250.000 jóvenes de los 32 departamentos. Por su parte, Cementos Argos creó en 2011 la Liga Argos Fútbol, que reúne a 20 equipos y que cuenta con el aval de la Federación Internacional de Fútbol Asociado (Fifa).

Angela María Ortiz, gerente de responsabilidad social empresarial de Claro, aseguró que con sus programas, que nacieron a partir de las ediciones realizadas en México, buscan “construir personas de bien, que puedan formar sociedad y se den ejemplos de liderazgo frente a todos sus amigos”.

Ortiz destacó que durante las ediciones de la Copa Claro de Fútbol en los encuentros se han presentado participaciones “importante de diferentes culturas como raizales, comunidades indígenas, afro descendientes”. La directiva resaltó este punto por la oportunidad que representa de realizar intercambios culturales.

“El deporte y particularmente el fútbol es uno de los escenarios que motiva y mueve más pasión y genera más incentivos en las sociedades, por eso vienen teniendo éxito aquellas iniciativas empresariales ligadas a este deporte”, agregó Malagón.

Sin embargo, no todas las iniciativas giran en torno al balón de fútbol. En algunas zonas del país como el Caribe, el béisbol gana terreno entre las preferencias de las personas. Eso lo ha entendido Claro, que creó en 2013 la Copa Claro Béisbol con una acogida de 7.000 jóvenes entre los 13 y 15 años. Esta competencia cuenta con la aprobación de la Federación Colombiana de Béisbol y la World Baseball Softball Confederation.

Frente a este tema, Ortiz, apuntó que “con el béisbol quisimos hacer un tema nacional con el que buscamos liderar y apoyar este deporte, que ha estado un poco apartado en Colombia. Hemos querido levantarlo y gracias a esto se han incorporado departamentos del interior como Boyacá, que no tiene experiencia en él”.

Por su parte, Coca-Cola Femsa inició desde el año pasado la campaña social “Apuntate a Moverte” con la que estiman beneficiar a 24.000 niños de los departamentos de Antioquia, Boyacá, Valle del Cauca, Caldas, Risaralda, La Guajira y Arauca.

Por último, la compañía vallecaucana Harinera del Valle aporta en eventos deportivos realizados en la costa Atlántica. Por ejemplo, las últimas ediciones de la Carrera de la Mujer en esa ciudad han contado con el apoyo de Pastas la Muñeca, marca producida por esta empresa.

### La inversión de Coldeportes durante 2015

Con el objetivo de fomentar la cultura del deporte en el país, el Departamento Administrativo del Deporte, la Recreación, la Actividad Física y el Aprovechamiento del Tiempo Libre (Coldeportes) destinó 62% de las inversiones trimestrales en infraestructura para la actividad física. Así mismo, durante 2015 cerca de 16% de las inversiones se centró en fomentar la actividad deportiva, 20% en la formación y preparación de atletas y 2% para fortalecer la entidad.

### Las opiniones

#### Víctor Malagón

##### *Especialista en responsabilidad social*

“El deporte, particularmente el fútbol, es uno de los escenarios que motiva, mueve más pasión y genera incentivos en la sociedad”.

#### Carlos Rodríguez

##### *Experto en empresas*

“Con el deporte se genera un impacto mediático en comunidades y ese efecto garantiza un posicionamiento de la empresa”.