



FILANTROPÍA NO ES DAR CHEQUES

Trevor Neilson ha impulsado los programas de filantropía de algunos multimillonarios del mundo, como Bill Gates, y se dice seguro de una cosa: el punto no está en el dinero que las empresas pongan en ello, sino en el plan para producir un cambio positivo en la sociedad.

POR ALEJANDRO MEDINA

Prácticamente toda su vida profesional Trevor Neilson la ha dedicado a empujar un tema que considera crucial: la filantropía; y ha sido este viaje el que lo ha llevado a relacionarse con algunos de los hombres y mujeres con mayor capital en el mundo, como es el caso de Bill Gates, a quien califica hoy como uno de sus mejores amigos.

Lo conoció hace más de 20 años, luego de que, tras terminar la

carrera de Leyes en la Universidad de Seattle, empezara a trabajar para la fundación Bill & Melinda Gates. En ese tiempo, se forjó la definición que hoy tiene del término “filantropía” y que se dedica a impulsar.

“Filantropía no significa únicamente dar caridad, ni mucho menos firmar grandes cheques; sin embargo, las empresas y sus líderes así es como la han entendido. Y eso está totalmente mal, ya que el capital es solamente una parte pequeña de lo que abarca este concepto”,

asegura Neilson en una charla que tuvo con FORBES MÉXICO.

¿Pero qué es, entonces, filantropía? Neilson explica que, en su experiencia, este concepto consiste en el trabajo integral que tienen capacidad de realizar los empresarios y sus compañías, con miras a generar una transformación positiva en la sociedad.

“La filantropía consiste en hacer un trabajo de impacto que englobe a todo un entorno”, señala Neilson. “Claro que el dinero es importante,

pero es más relevante qué vas a hacer con él, qué idea vas a generar, en qué *data* te vas a basar, cómo la vas a impulsar para que más gente se sume y pueda ‘pegar’ aun más; es un cúmulo de acciones enfocadas en generar el bien”.

Esta idea la trabaja desde hace un tiempo desde el Global Philanthropy Group, una empresa que fundó con el objetivo de asesorar compañías para desarrollar planes de filantropía que efectivamente tengan la capacidad de empujar cambios trascendentales en las personas. Algunas de las firmas con las que ha trabajado en este sentido son Dell, Nike, Kiehls, Bulgari, American Apparel, Sony Music y Red, además de que también ha delineado los planes filantrópicos de personajes como Madonna y John Legend.

Es importante señalar que, en 2017, la empresa fundada por Neilson fue adquirida por el grupo Charity Network, propiedad del empresario Todd Wagner. A pesar de esta transacción, Neilson sigue encabezando la compañía.

CAMBIO FAVORABLE

Afortunadamente, explica, esta idea que tiene sobre la filantropía no la ha adoptado sólo él, pues, en los últimos años, ha venido apareciendo, como Gates en su momento, un buen número de grandes empresarios con esta misma visión.

“Me parece que estamos en un momento muy importante para lo que es la verdadera filantropía, porque todos los días nuevos empresarios, principalmente jóvenes y del sector de la tecnología, están mostrando al mundo los planes que tienen en este sentido, como Jeff Bezos, de Amazon, o Mark Zuckerberg, de Facebook”, afirma.

Y son ellos quienes están empujando a que más líderes se sumen a esta manera de luchar por generar un cambio, porque, desde su perspectiva, ya no hay vuelta de hoja:

si las empresas no se proponen generar una transformación en la sociedad, su negocio podría estar en riesgo en el futuro.

“Esta labor de filantropía a favor de un cambio positivo en las comunidades no es opcional para las compañías. La crisis (en todo sentido: climática, social y demás formas, por ejemplo, la contaminación en las grandes ciudades) ya está presente en China, México, Estados Unidos y muchos otros países”, asegura.

GANAR DINERO CON PROPÓSITO

Pero Neilson no se ha quedado únicamente en el terreno filantrópico, sino que, en los últimos años, en su afán por generar valor a su entono, también incursionó en el terreno de las inversiones.

Junto a Howard W. Buffett, nieto del multimillonario empresario

“CLARO QUE EL DINERO ES IMPORTANTE [PARA LA FILANTROPÍA], PERO ES MÁS RELEVANTE QUÉ VAS A HACER CON ÉL, QUÉ IDEA VAS A GENERAR, CÓMO LA VAS A IMPULSAR PARA QUE MÁS GENTE SE SUME”

Warren Buffett, creó la compañía i(X) Investments, enfocada en realizar inversiones de capital, primordialmente en emprendimientos capaces de generar impacto social.

“La mayoría de las personas dedicadas a invertir suele pensar que, si quieres generar un cambio positivo en el mundo, tienes que perder dinero. Éste es un pensamiento tradicional... que es totalmente erróneo, ya que sí es posible generar buenos retornos invirtiendo en proyectos de impacto social que cuenten con un buen modelo de negocio”, menciona.

Esta firma de inversión desarrollada por Neilson y Buffett

está respaldada por un grupo de 35 de los empresarios más prósperos del mundo en este momento, como lo son Joe Gebbia, cofundador de Airbnb, o el creador de Getty Images, Mark Getty.

Entre los diferentes proyectos en los que, hasta hoy, se ha invertido desde i(X), se encuentran la compañía colombiana WasteFuel, enfocada en generar biocombustible para la industria aérea a partir de basura, y Brava Investments, firma cuyo fin es apoyar con capital a empresas, sin importar si son dirigidas por hombres o mujeres, que traten de fomentar el crecimiento del género femenino.

Asimismo, señala, están interesados en apoyar proyectos que trabajen en materia de salud reproductiva, tecnología para alimentos y moda sustentable.

NO MÁS COMPAÑÍAS “DOMINANTES”

Finalmente, el ejecutivo señala que también está centrando su fuerza en hacer entender a las grandes empresas del mundo que deben dejar de intentar verse como compañías dominantes, y con esto se refiere a que eviten acabar con todo y todos los que estén a su alrededor para posicionarse como los más fuertes.

“Ser una empresa dominante ya no lleva al éxito. La economía ha dado un giro total y lo que hoy aporta crecimiento es la cooperación, y lo vemos con el tipo de compañías que hoy están destacando, como Airbnb o Uber, enfocadas en desarrollar una comunidad alrededor de ellas”, comenta.

Hasta ahora, dice, en muchas firmas tradicionales ha permeado un pensamiento machista, relacionado con una falsa idea de que se debe ser superior ante todo y todos. Sin embargo, desde su perspectiva, aquellas empresas que sigan con esta tendencia no solamente se aislarán, sino que perderán toda capacidad de innovación, sentencia Neilson. **F**