

# Así se hace...

BUENAS PRÁCTICAS DE RSE



Comunidad

## HAYCOM LEARNING FOR LIFE

La empresa HAYCOM inició como distribuidora de algunas marcas de licores. En 1992, firmó alianzas estratégicas con dos importantes multinacionales: Bacardi y Diageo. Ahora HAYCOM distribuye licores en todo el país y cuenta con tiendas libres de impuestos. Trabaja con más de 50 marcas de los países más prestigiosos del mundo.

Hace 2 años Haycom incorporó la responsabilidad social empresarial como parte de su gestión de negocios y se ha comprometido con el bienestar de todos los públicos con los que se relaciona mediante la construcción de relaciones cimentadas en la ética, la transparencia y el respeto mutuo.

La prioridad de la empresa es promover una cultura adecuada de consumo de licor, basada en la educación y comunicación transparente con todos los actores del mercado.

Como organización, HAYCOM reconoce que sus responsabilidades van más allá de la ley y se enfocan a generar valor en lo económico, lo humano, lo ambiental y lo social, en convergencia con los objetivos empresariales.

Sostienen que comercializan bebidas alcohólicas de la mejor calidad, que buscan conciliar la alta productividad de la empresa con el desarrollo humano del personal y que están comprometidos a reducir el impacto ambiental de sus operaciones.

Una de sus metas es contribuir al bienestar social de las comunidades donde operan. HAYCOM fomenta un consumo y servicio responsable de las bebidas alcohólicas y se compromete a apoyar proyectos de educación que permitan el cambio y la superación.

Uno de esos proyectos es el Programa Learning for life. Learning for life es un programa que consiste becar a estudiantes de escasos recursos para que realicen sus estudios en el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA). Las becas son totales e incluyen los costos de materiales, giras, transporte y alimentación. El proyecto recibe a estudiantes con deseos de superación interesados en los programas de bartender y guías turísticos, que son los estudios relacionados con el negocio de HAYCOM.



**H&COM**  
Bebidas del Mundo

## IMPLEMENTACIÓN/RESULTADOS/AVANCES



Haycom estaba interesada en complementar la educación de las personas que trabajan directamente con sus productos. Su meta es promover el consumo responsable de las bebidas alcohólicas, por ello se alió con el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) para incluir dentro del plan de estudios de la carrera de bartender 3 materias sobre qué es el alcohol y cómo se sirve.

Además, en el 2008, creó una alianza público privada entre diferentes actores para becar a estudiantes en carreras afines a su área de negocio. Como parte de la alianza, participó Haycom, como empresa privada, el INA, del sector público y el Club de Leones de Moravia, de la sociedad civil.

La empresa HAYCOM es la encargada de patrocinar las becas a los estudiantes. El INA se encarga de capacitar a los estudiantes y brindarles la orientación necesaria en relación con sus estudios. Además, el Instituto se encarga de reclutar a los interesados por medio de una entrevista realizada por su departamento de orientación y trabajo social. El Club de Leones de Moravia se encarga de la transferencia de fondos a los becados.

Al finalizar sus estudios, los estudiantes deben realizar una práctica profesional en hoteles y restaurantes interesados en recibirlos. Algunos reciben oferta para trabajar después de finalizado el periodo de práctica.

Los estudiantes avanzados y ya graduados colaboran con HAYCOM en actividades propias de la empresa como los eventos de bartender. Esta práctica asegura el seguimiento que la empresa hace a los jóvenes durante el programa y la práctica.

Los estudios tienen una duración de ocho meses, se extienden de abril a diciembre de cada año. Los muchachos asisten a clases de lunes a viernes todo el día. La beca es completa porque los estudiantes se dedican de tiempo completo al estudio.

Los estudiantes becados fueron 10 durante el 2010. Este 2011 la suma se elevará a 50 becas.

Los estudiantes pertenecen al área de influencia de la empresa, incluso la plataforma regional del INA facilitó llevar el programa a comunidades donde Haycom tiene tiendas: Guanacaste y Gólfito.

## BENEFICIOS

- Los jóvenes de bajos recursos obtienen posibilidades de superación, capacitación e inserción en el mercado laboral.
- La empresa HAYCOM fomenta la capacitación de personas para que trabajen en su área de operación.
- Los jóvenes apoyan a HAYCOM en actividades como los eventos de bartender donde obtienen experiencia.
- Los hoteles y restaurantes pueden recibir el apoyo gratuito de practicantes y se puede facilitar el reclutamiento de personal.
- El Club de Leones recibe una parte de los fondos para financiar sus proyectos de desarrollo de la comunidad.
- El INA puede destinar becas a estudiantes de otras áreas.

## FACTORES DE ÉXITO

- Proyecto basado en una alianza público privada que asegura su sostenibilidad.
- Becas de estudios relacionados con el negocio de HAYCOM.
- Aplicación del programa a jóvenes de comunidades donde HAYCOM tiene sus operaciones.
- Compromiso de hoteles y restaurantes de facilitar lugares de práctica para los jóvenes.
- Seguimiento de HAYCOM a los becarios por medio de su apoyo en los eventos de la empresa.

## HACIA DÓNDE VAMOS

Haycom pretende igualar este año las becas otorgadas durante el 2008. Unas 50 becas se otorgarán en el 2011.

Las becas se extenderán a otras carreras del sector turismo: guías turísticos, estudiantes de inglés, bartenders y salones.

La empresa tiene interés de crear alianzas con otras empresas que deseen otorgar becas a estudiantes y aliarse con PYMES que deseen recibir practicantes.

