

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA



ORGANIZAN

Desarrollo Social
Ministerio



Observatorio de Relaciones
Económicas Internacionales
EXTENSIÓN



Facultad de Ciencias
**JURÍDICAS
Y SOCIALES**
Universidad Nacional de La Plata

La presente obra del Observatorio de Relaciones Económicas Internacionales de la Secretaría de Extensión de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de La Plata: “Experiencias locales e internacionales de Responsabilidad Social Empresarial. Convocatoria al envío de trabajos para publicación.”, compila los trabajos seleccionados por el Comité Evaluador conformado por expertos nacionales en materia de Responsabilidad Social Empresarial, en virtud de la convocatoria abierta el año 2016 tendiente a la remisión de experiencias y reflexiones en torno a la RSE en el ámbito internacional, regional y local, en pos de la expansión de prácticas responsables en el ámbito empresarial de la Argentina y de la Provincia de Buenos Aires, en particular.

Dicha convocatoria fue un proyecto realizado en forma conjunta por el Observatorio de Relaciones Económicas Internacionales (OREI) de la Secretaría de Extensión de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, y la Dirección de Responsabilidad Social Empresarial de la Subsecretaría de Políticas Sociales del Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia de Buenos Aires.

Los trabajos seleccionados y la obra editada brindan un panorama de posibles abordajes de la temática, y un punto de partida para experiencias a desarrollar a futuro, sobre la base de estándares internacionalmente aceptados.

Experiencias locales e internacionales de Responsabilidad

Social Empresaria

Convocatoria al envío de trabajos para publicación

Observatorio de Relaciones Económicas Internacionales

Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Secretaría de Extensión Universitaria

Observatorio de Relaciones Económicas Internacionales

La Plata
Buenos Aires
Argentina
2017

SECRETARÍA DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

Experiencias locales e internacionales de Responsabilidad Social Empresaria. Convocatoria al envío de trabajos para publicación/ Wilson Díaz Ortiz... [et al.]; Dirección de Lautaro Martin Ramírez; coordinación editorial de Fernando Lavecchia. - 1a ed. adaptada. - La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, 2017.

ISBN 978-950-34-1480-4

1. Derecho. I. Días Ortiz, Wilson II. Ramírez, Lautaro Martin, director. III. Lavecchia, Fernando, coord.

Fecha de catalogación: 01/06/2017

© 2017, FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES - SECRETARÍA DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA - OBSERVATORIO DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES

48 N° 582 1° piso - La Plata - Provincia de Buenos Aires - Argentina

www.orei.jursoc.unlp.edu.ar / orei@jursoc.unlp.edu.ar

Fotocopiar libros está penado por ley.

Prohibida su reproducción total y parcial por cualquier medio sin autorización expresa de quienes han editado la obra.

Impreso en Argentina

Hecho en depósito que indica la ley 11.723

ÍNDICE GENERAL

PRESENTACIÓN

Abog. Vicente Santos Atela - Abog. Adolfo Brook9

INTRODUCCIÓN

Abog. Lautaro M. Ramírez 11

PRÓLOGO

Viviana Zara15

TRABAJOS SELECCIONADOS

CAPÍTULO I

Senderos del Santo Remedio.

DIAZ ORTIZ Wilson F.....17

CAPÍTULO II

Negocios inclusivos: El desafío de innovar para crecer.

MAURE Florencia33

CAPITULO III

La ética como paradigma para las empresas en la era digital.

NUÑEZ Matías S71

CAPITULO IV

Características de las empresas argentinas socialmente responsables adheridas al Global Reporting Initiative (GRI).

SOLARI Estefanía85

Anexo: Miembros del Comité Evaluador99

Presentación

En la actualidad puede advertirse en la sociedad una creciente demanda dirigida a los distintos agentes económicos, tanto nacionales como internacionales, las cuales no se agotan en los aspectos directamente vinculados a la provisión de bienes y servicios, su calidad y precio, sino que cada día más puede apreciarse una creciente expectativa en torno a las formas de producción y la atención de los efectos no sólo económicos, sino también ambientales y sociales derivados del desarrollo de toda actividad empresarial.

Hoy en día, es indudable que las empresas son agentes centrales del desarrollo social y humano, y por ende se reconoce un rol protagónico de las mismas, dentro de todo conglomerado social, en atención a las repercusiones que su accionar emana para con la sociedad en su conjunto, y la influencia que su actividad ejerce en los más diversos aspectos de la vida social. Dichos aspectos no económicos de la actividad empresarial y sus resultados, han sido el centro de numerosos estudios y desarrollos en el extranjero a partir de mediados del pasado siglo, y muy recientemente han empezado a incorporarse en la práctica y costumbres locales, bajo el concepto de la Responsabilidad Social Empresaria.

Frente a dicho fenómeno, de trascendencia para el adecuado abordaje de la empresa contemporánea, y su introducción y desarrollo en nuestra sociedad, la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales no puede permanecer impasible, sino que en cumplimiento de sus más altos fines, en pos del progreso social, y el desarrollo de las mejores condiciones humanas posibles, corresponde que se aboque al estudio, profundización y difusión de tales aspectos de la responsabilidad del empresariado, tendiendo así a su mejor conocimiento, y la aplicación más generalizada de sus principios rectores.

Es así, que a través del Observatorio de Relaciones Económicas Internacionales —OREI—, de la Secretaría de Extensión, durante el año 2016 se desarrolló una convocatoria de ponencias y trabajos relativos a la temática. En este contexto, y en claro cumplimiento de una de las funciones esenciales de la Universidad, como lo es la extensión universitaria, esta alta Casa de Estudios, a través del OREI, invitó a profesores, graduados, investigadores y estudiantes, tanto de Universidades Nacionales como extranjeras, a efectos de remitir artículos que dieran cuenta de los distintos aspectos que se ven involucrados en la Responsabilidad Social Empresaria y, especialmente, su aplicación concreta en los distintos países de la región.

Los cuatro trabajos incluidos en esta obra han sido seleccionados por un comité de expertos, y si bien no reflejan necesariamente el punto de vista de esta institución, pretenden ser un aporte a la comunidad académica para debatir, desde una perspectiva crítica y analítica, acerca de algunas cuestiones relevantes en materia de las disciplinas que involucra dicha organización. Y también, presentan por objetivo, ofrecer a la comunidad empresaria local, una muestra de los aspectos pasibles de abordaje desde la perspectiva de la Responsabilidad Social Empresaria, y su aplicación potencial y concreta, que permita su incorporación en las prácticas habituales no solo de las grandes empresas nacionales, sino también de la pequeña y mediana empresa, que resulta ser el motor impulsor más dinámico de la innovación y el desarrollo de toda sociedad.

Es un orgullo que semejantes actividades se lleven adelante en el marco de los programas de extensión universitaria, acercando el conocimiento a la comunidad, en este caso, de las corrientes más actuales en

materia de desarrollo de la actividad empresarial, su vinculación con la sociedad, y las formas en que puede contribuir al desarrollo social y humano, desde un rol protagónico.

La Plata, 01 de Junio de 2017.

Abog. Vicente Santos Atela

Decano

Abog. Adolfo Brook

Secretario de Extensión

Introducción

El Observatorio de Relaciones Económicas Internacionales —OREI— de la Secretaría de Extensión Universitaria de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, nació en el año 2013 con el objeto de constituir un espacio de reflexión y trabajo interdisciplinario, conformado por alumnos y graduados de distintas unidades académicas de la Universidad Nacional de La Plata con el fin de analizar el fenómeno de las relaciones económicas internacionales en el marco del Derecho Económico Internacional, promoviendo la formación académica de esta rama del saber en el ámbito universitario.

El OREI permite, a su vez, a sus integrantes, formarse y capacitarse en las diversas variables que conforman el objeto de estudio del Derecho Económico Internacional, a cuyos fines se realizan diferentes actividades vinculadas a esta temática; ya sea a través de la organización y asistencia a congresos, cursos y jornadas con diferentes expertos, tanto en su faz práctica como teórica. Asimismo, el equipo de trabajo se encuentra conformado por profesionales de diferentes disciplinas quienes acompañan a los pasantes en las diferentes actividades así como también colaboran y los guían en la elaboración de documentos técnicos sobre diferentes temáticas, los cuales pueden ser consultados en nuestra página web: www.orei.jursoc.unlp.edu.ar.

La obra que se inaugura, por su parte, recopila los trabajos seleccionados por el Comité Evaluador *ad-hoc*, el cual se ha conformado de diferentes expertos en la materia, tanto académicos como funcionarios del Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia de Buenos Aires, profesionales del sector privado con reconocida trayectoria en la materia, y docentes de instituciones de primer nivel, vinculados a la materia objeto de análisis. El mismo se constituyó a través de la Res. 557/15 del Sr. Decano de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales del 22 de octubre del 2015. En relación a los trabajos que se publican, los mismos han sido evaluados y seleccionados por el Comité en razón del cumplimiento de las pautas tanto formales como sustanciales que hacen al objeto de la convocatoria.

Concordante con lo anterior, desde los inicios del OREI se han realizado diversas actividades tendientes a la profundización de distintos aspectos relativos a la responsabilidad social que corresponde al sector empresarial, las iniciativas existentes en la materia, y concluyendo el pasado año 2016, con la convocatoria al envío de trabajos relativos al abordaje concreto y la aplicación práctica de tales cuestiones a nivel internacional y particular en el marco de la región. Por ello, la presente alberga los textos seleccionados por el Comité Evaluador, los cuales han sido enviados por profesores y alumnos de diferentes universidades, nacionales y extranjeras.

Cabe recordar que las primeras menciones relativas a la responsabilidad social que corresponde asignar a las empresas, en el desarrollo de sus actividades, pueden remontarse a mediados del siglo XX, pero su configuración actual resulta de más reciente data, y puede situarse en el Pacto Global (Global Compact) del año 1999, bajo la forma de una iniciativa voluntaria de compromisos por parte de los propios directivos de grandes corporaciones internacionales, en pos del logro de diez principios en materia de derechos humanos, estándares laborales, ambiente y lucha contra la corrupción. Dicha iniciativa, que emergió en el marco de las Naciones Unidas, posteriormente mereció un notable impulso y expansión, siendo receptada por otros organismos internacionales, como la Organización Internacional del Trabajo, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, y más recientemente la Organización de Estados Americanos.

La fijación de dichos principios ameritó, paralelamente, el desarrollo de diversos índices y mecanismos de medición del cumplimiento de los compromisos sociales asumidos por el empresariado, dando lugar a la redacción de distintos documentos de gran relevancia internacional, como guías de líneas de actuación a las cuales un número creciente de empresas internacionales (principalmente grandes, pero también en forma creciente, las pequeñas y medianas), han adherido para la consecución de mejores resultados bajo un triple balance: financiero, social y ambiental.

Uno de los más relevantes instrumentos existentes en la materia resulta ser el Global Reporting Initiative, GRI (que data del mes de junio del año 2000), y que conformó una Institución independiente que crea el primer marco mundial estandarizado para la elaboración de memorias de sostenibilidad de aquellas empresas que deseen medir y reportar su desempeño económico, social y medioambiental. Fijó uno de los estándares de mayor difusión entre el empresariado, al que se adicionó recientemente la Guía ISO 26000 (de fecha 16 de septiembre de 2010), que establece las líneas en materia de responsabilidad social establecidas por la Organización Internacional para la Estandarización, con el objetivo principal de ayudar a las organizaciones a establecer, implementar, mantener y mejorar los marcos o estructuras de responsabilidad social.

No obstante el desarrollo que la temática mereció en el extranjero, así como los resultados arrojados a favor de las distintas empresas que implementaran planes de responsabilidad social (demostrados por distintos estudios sobre la temática), la misma no ha merecido mayor acogimiento en el ámbito nacional, sino hasta muy reciente data, observándose solo actualmente un mayor involucramiento por parte de las autoridades gubernamentales (especialmente por parte de la Provincia de Buenos Aires, a partir de la creación de una Dirección de Responsabilidad Social Empresaria dentro del Ministerio de Desarrollo Social, y la presentación de un proyecto de ley tendiente a la regulación¹) de la temática en el territorio provincial¹).

Dentro de este contexto es que desde el OREI se propone colaborar con la concientización en materia de responsabilidad social, persiguiendo recolectar distintas experiencias desarrolladas en la región, y que puedan ser transpoladas al ámbito de la Provincia de Buenos Aires, mediante una convocatoria abierta a profesionales, empresarios e interesados en la temática, a fin de la selección de aquellos trabajos de mayor relevancia, condensándolos finalmente en la presente obra, para su mejor y más amplia difusión. Así, el Comité Evaluador ha seleccionado aquellos trabajos y experiencias que ofrecen una visión acorde con los principios de la temática abordada, y que proveyeran experiencias útiles para su aplicación potencial a nivel local, los cuales han sido organizados en orden alfabético de sus autores.

El Capítulo 1, encuentra el trabajo titulado: “*Senderos del Santo remedio*” cuyo autor, Wilson Fredy DÍAZ ORTIZ, remite desde la República de Colombia. En éste aborda y analiza el programa de RSE desarrollado en el Departamento de Caquetá, Colombia, por parte de las Fuerzas Militares de dicha Nación, con el fin del logro de la finalidad de inclusión social participativa, y desarrollo y goce efectivo de los

¹Proyecto de ley N° 16-17D75. Presentación: Marzo de 2016. Diputado Jorge Omar Mancini. Dicho proyecto de ley ha sido objeto de abordaje en el marco del informe técnico elaborado por pasantes del OREI. Observatorio de Relaciones Económicas Internacionales (2016), “Informe técnico del Proyecto de Ley N° 16-17D75 de Régimen de R.S.E. en la Provincia de Buenos Aires”, Autores: Pier Luigi Arriaga Leban, Alexis Martín Galeano, Santiago Martínez Barone, y Juan Ignacio Pisano. Documentos técnicos del OREI, Serie: DT/1-2016/Julio. Secretaría de Extensión, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Nacional de LaPlata.
En línea en: http://orei.jursoc.unlp.edu.ar/images/documentos/informe_RSE_jul_2016.pdf.

derechos humanos de los habitantes de la región, ofreciendo un tratamiento detallado de una propuesta concreta de aplicación de los principios rectores de la responsabilidad social y evidenciando la amplitud del concepto, al extenderlo incluso a organizaciones oficiales y estatales (conforme las corrientes más actuales).

El Capítulo 2, receipta el trabajo enviado por Matías S. NUÑEZ, titulado: *“La Ética como Paradigma para las Empresas en la Era Digital”*, en el cual el autor estudia el rol que actualmente detenta la ética (uno de los ejes centrales de la responsabilidad social empresarial) presenta en el desenvolvimiento negocial de la empresa contemporánea, en especial atención a la injerencia del universo digital y el acceso a la información por parte de los distintos sectores interesados.

El Capítulo 3, incorpora el trabajo enviado por Florencia MAURE, titulado: *“Negocios Inclusivos: El Desafío de Innovar para Crecer”* en el cual la autora analiza la importancia de la intervención activa de las empresas contemporáneas, en las problemáticas y desafíos globales, tales como como la pobreza, la desigualdad, y el cambio climático, estimando la particular importancia que en dicha finalidad presenta la mecánica negocial inclusiva, y la generación de trabajo genuino, como medio de consecución equilibrada de los tres grandes objetivos: resultados económicos positivos; desarrollo favorable de la sociedad; y protección del ambiente.

Por último, el Capítulo 4, incorpora el trabajo enviado por Estefanía SOLARI, cuyo texto se titula: *“Características de las Empresas Argentinas Socialmente Responsables Adheridas al Global Reporting Initiative (GRI)”*, cuyo trabajo parte de un análisis particularizado y estadístico destinado a identificar las principales características de aquellas empresas argentinas que se encuentran adheridas al principal índice de evaluación de criterios de responsabilidad social, como resulta ser el GRI. A partir de ello, proyecta una conceptualización de la empresa socialmente responsable en argentina, así como concluyendo la necesidad de expansión del compromiso del sector empresarial, principalmente el de tipo pequeño y mediano, con los principios del Compromiso Global, y los Objetivos del Milenio.

Resta agradecer a las autoridades de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, especialmente al Sr. Decano y al Sr. Secretario de Extensión, por haber permitido que se lleve adelante no solo el presente concurso con su correspondiente publicación, sino por promover programas como el OREI, el cual gracias al esfuerzo de todos continúa robusteciéndose año a año. Asimismo al personal administrativo de la Secretaría de Extensión, quienes facilitan la tarea de quienes tenemos programas en dicho ámbito, a todos ellos mi más sincero reconocimiento; asimismo a todo el equipo del OREI, quienes no solo realizan sus aportes intelectuales, sino también humanos para que el programa funcione plenamente.

La Plata, 01 de Junio de 2017.-

Abog. Lautaro M. Ramírez

Director - Observatorio de Relaciones Económicas Internacionales

Prólogo

La edición de este trabajo refleja la articulación entre el Sector Público, el Sector Privado, la Universidad y las Organizaciones de la Sociedad Civil en la Provincia de Buenos Aires con el propósito de promover la Responsabilidad Social Empresaria como una herramienta fundamental para nuestra sociedad en el Siglo XXI.

La importancia de que exista un área de Responsabilidad Social Empresaria en el Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia de Buenos Aires radica justamente en la articulación de los actores mencionados en temas atinentes a potenciar a los emprendedores y cooperativas bonaerenses, a apoyar en el sector privado el desarrollo de negocios inclusivos sin que ello comprometa la satisfacción de las necesidades básicas de las generaciones futuras, a seguir, cumplir e impulsar los Objetivos de Desarrollo Sostenible en el marco de los lineamientos de la agenda 2030 que apuntan a acabar con la pobreza, luchar contra la desigualdad y la injusticia, promover el bienestar de las personas y proteger el medio ambiente. Cuando se conjugan la coordinación estratégica, la sustentabilidad y la participación se genera mayor eficacia en los actores intervinientes y se pueden aprovechar de manera más beneficiosa sus capacidades materiales y humanas y sus esfuerzos en conjunto.

El haber participado en la construcción del estado del arte de la Responsabilidad Social tanto de la Provincia de Buenos Aires como de otros lugares del país y de otros países ha sido un logro muy importante para la gestión de la Dirección de Responsabilidad Social Empresaria del Ministerio de Desarrollo Social, quien trabajando con diferentes actores sociales, en esta oportunidad lo ha hecho con el Observatorio de Relaciones Económicas Internacionales de la Secretaría de Extensión de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de La Plata, por medio de la convocatoria y evaluación de los trabajos presentados en torno a la temática que nos ocupa.

Es por lo anterior, que los invito a disfrutar y explorar el recorrido teórico y práctico de la Responsabilidad Social Empresaria coordinada en esta obra, así como afirmar que seguiremos abordando juntos esta temática de especial interés para nuestras instituciones en pos del desarrollo económico sustentable.

Lic. Viviana Zara

Directora de Responsabilidad Social Empresaria

Ministerio de Desarrollo Social

Gobierno de la Provincia de Buenos Aires

CAPÍTULO I.

“SENDEROS DEL SANTO REMEDIO”.

Wilson DIAZ ORTIZ²

ACLARACION PRELIMINAR DEL EDITOR:

El presente trabajo ha sido adaptado de su original, para su ajuste a las pautas de publicación, sin alterar el contenido. A los efectos de consultar el original podrá remitirse correo electrónico a: orei@jursoc.unlp.edu.ar

RESUMEN: Descripción del Trabajo: Se generaron espacios de fortalecimiento de la educación y la convivencia promoviendo mecanismos de expresión y participación, con programas de prevención de la violencia y goce efectivo de los Derechos Humanos.

Objetivo general: Generar espacios para mejorar las condiciones de vida de los habitantes de San Vicente del Caguán y Cartagena del Chairá, mediante una estrategia de inclusión social participativa, con programas de prevención de la violencia y de goce efectivo de los Derechos Humanos, gestión de recursos para inversión en infraestructura y fomento al cuidado del medio ambiente por parte de las comunidades.

Resultados: Acercamiento cordial y respetuoso entre las autoridades y la comunidad que permitió realizar el mantenimiento de la infraestructura comunitaria y atender necesidades básicas de las comunidades en materia de educación, salud y seguridad.

ABSTRACT: Description of the work: spaces for enforced educations and coexistence promoting participation and expression were created, with violence prevention programs and the reinforcement of human rights.

Overall objective: Create spaces in which the life quality of the habitants of San Vicente del Caguan and Cartagena del Chaira could be improved by a participative social inclusion strategy, with violence prevention programs and the effective use of the human rights, the management of resources for the infrastructure and the mission to make the community aware of environmental issues.

Results: the respectful approach by the local authorities allowed them to make the maintenance necessary for the infrastructure and help with the basic needs of the community like education, health and security.

² Coronel, Abogado & Administrador de Empresas, Especializado en "DDHH" Y "DICA", Asesor y Consultor. TP No 143029 del CSJ y TP 23694 del CPAE Avenida 15 No 122-51 Torre II Oficina 609, Bogotá, D.C. - Colombia Teléfono 57 1+ 6202847, Fax 57 1+ 6690001, Celular 57+ 310-2040059. Correo wediazortiz@gmail.com

PALABRAS CLAVE: Vigilancia y promoción de Derechos Humanos y DIH; asistencia humanitaria; apoyo al desarrollo social; misiones médicas; lucha contra la pobreza; Ejército Nacional; Fuerza de Tarea Conjunta “Omega” Comando Especifico del Cagua, mantenimiento y mejora de la Infraestructura escolar y de salud.

KEYWORDS: Monitoring and Promotion of Human Rights and International Humanitarian Law ; Humanitarian assistance; Support social development; Medical Missions; Poverty Reduction; Ejército Nacional; Fuerza Tarea Conjunta "Omega " Comando Especifico del Caguan, maintenance and improvement of school infrastructure and health.

I. INTRODUCCIÓN.

“La pobreza y la impotencia de la imaginación nunca se manifiestan de una manera tan clara como cuando se trata de imaginar la felicidad. Entonces comenzamos a inventar paraísos, islas afortunadas, países de Cucaña. Una vida sin riesgos, sin lucha, sin búsqueda de superación y sin muerte. Y por lo tanto también sin carencias y sin deseo: un océano de mermelada sagrada, una eternidad de aburrición. Metas afortunadamente inalcanzables, paraísos afortunadamente inexistentes.” E Zuleta. Elogio de la dificultad.

Lo anterior describe las dificultades de una región en conflicto armado y una población frustrada tras un proceso de paz fallido con las Farc, una región inhóspita y alejada de la civilización y con una economía basada en el narcotráfico, sin embargo en esta región hay más gente buena que desadaptados, gente próspera y valiente que quiere superarse. Eso nos motivó a crear el proyecto de inclusión social “Sendero del Santo Remedio” Sendero porque solo se hace camino al andar, Santo porque tenemos fe y creemos en un solo Dios y que la Iniciativa basada de inclusión social es el remedio como mecanismo más activo que busca generar espacios de paz, reconciliación y convivencia pacífica, dirigida a la población víctima de una violencia sistemática de muchos años de confrontación armada.

II. IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO.

Nombre del proyecto: “Senderos del Santo Remedio”

Ciudad: Bogotá, Colombia País: Colombia

Fecha de inicio: 1 de enero de 2012

Lugar de la implementación: San Vicente del Caguán y Cartagena del Chairá, Departamento de Caquetá, Colombia.

II. 1. Representante.

Nombres y apellidos: Wilson Díaz Ortiz

Profesión: Abogado y Administrador

II. 2. Datos del equipo interdisciplinario.

No	NOMBRES Y APELLIDOS	PROFESIÓN U OFICIO
1	Coronel Wilson Díaz Ortiz	Comandante del Comando Específico del Caguan
1	Mayor General de I.M Luis Jesús Suárez Castillo	Jefe de Estado Mayor Conjunto de la OMEGA ³
2	Capitán Wilmer García Daza	Oficial de Acción Interinstitucional.
3	Sargento Viceprimero José Vargas Baracaldo	Suboficial de acción Integral.
4	María Alejandra Mejía Ortiz	Producciones Santo Remedio
5	Sandra y Andrés Felipe Poveda	Jóvenes por los Derechos Humanos
6	Adriana Ochoa Méndez	Periodista
7	Guillermo Javier Valencia Rubio	Periodista
8	Diana Victoria Hernández Peña	Periodista

II. 3. Objetivos principales.

Los principales objetivos del proyecto son: 1.- La gestión, 2.- La educación, 3.- La asistencia humanitaria, desarrollados en cinco (5) líneas de acción, a saber:

- a. Vigilancia y Promoción de Derechos Humanos y DIH.
- b. Asistencia Humanitaria.
- c. Jornadas de apoyo al desarrollo social.
- d. Misiones médicas y lucha contra la pobreza.
- e. Mantenimiento y mejora de la Infraestructura escolar y de salud.

Objetivo No 1. La Gestión: como eje transversal a todas las líneas de acción, buscó lograr el mantenimiento de la infraestructura escolar, salud y el apoyo, psicosocial de inclusión, al cubrir las necesidades básicas de esta población tan afectada por la violencia.

Objetivo No2. La Educación⁴: Se logró incluir en los Colegios del casco urbano de San Vicente del

³ (Omega) Fuerza de Tarea Conjunta de las Fuerzas Militares con responsabilidad en los Departamentos de Caquetá, Meta y Guaviare.

Caguan “la cátedra de Derechos Humanos” como la mejor vía racional y prometedora para aprender a tomar conciencia acerca de los valores y principios que enaltecen la dignidad del ser humano, destacar la importancia que han adquirido para regular de mejor forma las relaciones entre el Estado y la Sociedad; permitiendo comprender de qué manera los derechos humanos se han transformado en una fuente de inspiración, para construir respuestas adecuadas a la creciente complejidad sociopolítica, a los continuos cambios sociales, y a las nuevas demandas que se exigen al sistema educativo y determinar las responsabilidades que corresponden al Estado en este escenario.

Objetivo No 3 *La Asistencia Humanitaria*: consistió en articular a las instituciones, definiendo con claridad los beneficios y obligaciones por parte de los actores involucrados, es así como se brindó la mejor orientación para acceder a estos; de igual manera se canalizaron los recursos propios y los gestionados a través de la cooperación, logrando dar asistencia oportuna y con la satisfacción del deber cumplido, al entregarle a la comunidad beneficios, representados en obras de mejoramiento de la infraestructura de escuelas rurales y comedores escolares, mejoramiento al Hospital de San Vicente del Caguan; así mismo en el entorno comunitario y estudiantil se desarrollaron actividades lúdico recreativas para la población estudiantil , jornadas de embellecimiento a calles, escuelas, parques y cementerios, brigadas de salud, (en especial en el servicio de Optometría, Medicina General), y capacitación de Derechos Humanos, donde su evento principal fue un encuentro de Derechos Humanos en el marco de los 10 años de la zona despeje en el proceso de Paz del Presidente Andrés Pastrana Arango; entre muchas otras actividades y apoyos de todo tipo que se recibieron de la empresa privada y de recursos del Estado, canalizados a través del Comando Específico del Caguan Unidad Militar.

II. 4. Objetivos específicos.

- Fortalecer los procesos educativos y de convivencia en las poblaciones de los municipios San Vicente del Caguán y Cartagena del Chairá.
- Promover mecanismos de expresión y participación ciudadana basados en el enaltecimiento de principios y valores.
- Fomentar programas de prevención de la violencia y de goce efectivo de los Derechos Humanos.
- Lograr un acercamiento cordial y respetuoso entre las autoridades y la comunidad. Población Beneficiada: Habitantes de San Vicente del Caguan y Cartagena del Chaira, 8000 personas aproximadamente en los municipios en los que fueron implementado los proyectos (39).

II. 5. Análisis de los indicadores.

⁴ <http://www.colombiaaprende.edu.co/html/productos/1685/w3-article-312142.html>

- Centros educativos públicos con déficit en mantenimiento y bienestar/ distantes de las cabeceras municipales, esfuerzo económico.
- Poblaciones vulnerables (Niños, niñas y adolescentes entre 12 y 18 años), esfuerzo formativo extracurricular.
- Madres cabeza de familia, adultos mayores y personas con discapacidad y con problemas de salud. Esfuerzo socio-sanitario.

Analizados los indicadores en su eficacia, eficiencia y efectividad dan los resultados esperados y un alto impacto entre los habitantes de San Vicente del Caguán y Cartagena del Chairá.

II. 6. Población Beneficiada y métodos.

Población Beneficiada: Habitantes de San Vicente del Caguan y Cartagena del Chaira, 8000 personas aproximadamente en los municipios en los que fueron implementado los proyectos (39).

- a. Vigilancia y Promoción de Derechos Humanos y DIH.

Población beneficiada: total asistentes: Tres Mil ochocientos (3.800)

- b. Asistencia Humanitaria:

Empleando las capacidades y medios del Comando Especifico del Caguan - CEC, para ayudar a la población en atención humanitaria como evacuaciones Aero- médicas.

Población beneficiada 12 familias.

- c. Jornadas de apoyo al desarrollo social:

Integración de niños, niñas y adolescentes, afianzando los principios y valores de la institución al servicio de la comunidad.

Población Beneficiada: Mil doscientas (1.200) personas.

- d. Misiones médicas y lucha contra la pobreza. Se atendió a población vulnerable, en una integración con autoridades miembros de las Fuerzas Militares.

Población Atendida: Dos mil dieciséis (2016) personas

- e. Mantenimiento y mejora de la Infraestructura escolar y de salud:

Se realizó mantenimiento y construcción de comedores escolares en las regiones inhóspitas agrestes y de difícil acceso tanto por su geografía como por la amenaza de las Farc.

Población Beneficiada Mil cincuenta (1050) alumnos.

III. CRITERIOS DE INCLUSIÓN DE SOCIAL.

Los criterios de inclusión social del proyecto están definidos para atender a la población vulnerable en las áreas más apartadas y de difícil acceso, con un liderazgo de inclusión social y respetando los derechos humanos, comprometiendo a los entes públicos y privados con una alta dosis de iniciativas, gestionando y articulando recursos, medios y capacidades militares para llegar a las zonas más apartadas de San Vicente del Caguan y Cartagena del Chaira, con el objetivo de dar soluciones oportunas y eficaces a las necesidades identificadas en común acuerdo con la comunidad, lo cual nos permitió tener un diagnóstico real de su entorno y de cada uno de los habitantes, para de esta forma poder dar respuesta a los principales factores de exclusión, definidos de la siguientes manera:

III. 1. Criterios de inclusión social.

Centros educativos públicos con déficit en mantenimiento y bienestar/ distantes de las cabeceras municipales, esfuerzo económico.

El Proyecto realizó actividades en infraestructura que contribuyeron a mejorar las condiciones y el entorno de escuelas, comedores escolares y parques, mediante el mantenimiento de sus condiciones físicas y locativas, logrando generar espacios de confianza entre la institucionalidad y la población civil. Encontramos escasez de recursos económicos para satisfacer las necesidades básicas, como vivienda, alimentación y vestido.

Poblaciones vulnerables (Niños, niñas y adolescentes entre 12 y 18 años), esfuerzo formativo extracurricular.

Al interactuar con la comunidad encontramos un alto índice de dificultades en sus relaciones afectivas familiares y sociales, situaciones de violencia intrafamiliar, baja autoestima, pérdida de valores y principios, hechos que al acompañarse de las diferentes necesidades fisiológicas desencadenan una crisis interna en las familias, sumando el bajo nivel de educación y la alta permeabilidad de la cultura fácil criminal y narcotraficante. Nos llevó a definir estrategias de capacitación en diferentes áreas, que les permitieron a los pobladores desarrollar sus habilidades y competencias en temas de interés general, como pintura, artesanías, cocina, baile y derechos humanos entre otros, para recuperar la pérdida de confianza en la Institucionalidad de un estado social de derecho, haciéndolo partícipe en la toma de decisiones.

Madres cabeza de familia, adultos mayores y personas con discapacidad y con problemas de salud. Esfuerzo socio-sanitario.

Dentro de las dificultades identificadas encontramos la carencia de servicios públicos (agua, alcantarillado, energía), lo cual pone en situación de alto riesgo a la comunidad, es así como dentro del Proyecto, se buscaron mecanismos que mitiguen estas condiciones a través de esfuerzos mancomunados entre instituciones gubernamentales y no gubernamentales, con el fin de evitar situaciones de alteración

sanitaria, que con llevan a la generación de enfermedades y ponen en peligro la vida de los pobladores

Ante la complejidad para acceder a servicio de salud, se realizaron gestiones para prestar atención a través de Brigadas de Salud (Gobernación, alcaldías y fuerzas militares) y de protocolos de atención de emergencias, como evacuaciones Aero- médicas (medios militares) y consecución de una lancha ambulancia para atender la población rivereña del río Caguan entre otras.

III. 2. Tipos de intervención y análisis.

El Proyecto “Senderos del Santo Remedio” en los municipios de San Vicente del Caguan y Cartagena del Chaira se desarrolló mediante la intervención de tipo humanitario asistencial con la participación de varias disciplinas e instituciones Públicas y Privadas, con el objetivo de formar y construir confianza con la población víctima del Conflicto armado, mediante estrategias de inclusión social; es así como se generaron actividades de impacto en respuesta a las principales necesidades de la comunidad beneficiada por el proyecto, logrando una mayor cohesión social y una mejor convivencia comunitaria, reactivación y fortalecimiento de la actividad económica y el desarrollo local. Sensibilización hacia el resto de población sobre los beneficios y la importancia de la presencia de los colectivos con los que se realizan actividades de recuperación del tejido social, mediante las diferentes acciones y programas desarrollados.

3. Criterios de elegibilidad proyecto “senderos del santo remedio”.

- I. Capacidad de desarrollar las actividades sociales de inclusión social.
- II. Contar con un mínimo de un (1) año para la ejecución del proyecto.
- III. Demostrar liderazgo institucional y capacidad para gestionar recursos y ejecutar programas que incluyen actividades de cooperación interinstitucional, apoyo económico y profesional solicitado a entes nacionales e internacionales como ONG's, fundaciones, entidades bilaterales, multilaterales en convenio con otras instituciones y donantes.
- IV. Poseer condiciones institucionales que aseguren una correcta administración y control de los recursos a través de sistemas y procedimientos contables apropiados.
- V. Contar con experiencia en gestión de presupuestos anuales.
- VI. Contar con capacidad de aportar las capacidades de la fuerza pública con medios y recursos propios y además articular las alcaldías, gobernaciones, empresa privada y la comunidad para lograr un bienestar humanitario.

IV. JUSTIFICACIÓN DESCRIPTIVA.

Como se articuló y se integró el Proyecto “Senderos del Santo Remedio” Se diseñó un plan para articular e integrar todas las actividades, programas, campañas o jornadas en tres fases: Corto, Mediano y Largo plazo.

IV. 1. Corto plazo.

Se diseñó la forma para realizar actividades de acercamiento y participación ciudadana, con el fin de mejorar la calidad de vida de las comunidades con el fin de realizar un registro de las necesidades más apremiantes de la población, son ellas:

TAREAS	COMPONENTE	ACTIVIDADES	RESULTADO
		Aseo de calles y parques	
		Jornadas de conservación de medio ambiente	
		Misas eventos religiosos	
		Madres Comunitarias	
		Instituto Colombiano de Bienestar Familiar	
		Mantenimiento hogar geriátrico	
		Mantenimiento del Hospital	
		Mantenimiento del Cementerio	
	Servicio social		
	Comunitario		Entrega
	integración		Diplomas de
	Población civil (Mingas)		Participación
		Aguadepanela y pan	
		Chocolatada y pan	
		Canelazo	
		Ferias artesanales y agropecuarias	
		Olla Comunitaria (asados)	
		Eventos comunitarios	
		Actividades Adulto	

Corto Plazo Presupuesto hasta 20'000 000 (Convenios)			Mayor		
			Actividades ICBF		
			Bazares		
			Títeres		
			Cine al parque		
		Acción Integral	GEOS- Integral	Acción	Apoyo Población Civil
				Retenes Sicológicos	
				Recreación	
				Plan Buen Vecino	
				Plan Saludo	
				Reportaría	
			Arte	Escultura	
				Música	
				Pintura	
				Poesía	
				Trabajo esténcil	
				Serigrafía	
				Literatura	
				Cineastas	
	Recreacional		Bandas de Paz	Entrega de premios	
			Danza- Bailes		
			Recursos Plásticos Linguísticos		
			Recursos Plásticos Sonoros		
		Cultura	Fechas Institucionales Nacionales		
			Encuentros Juveniles		

		Jean Day
		Club de Lectura
	Deporte	Campeonatos deportivos

IV. 2. Mediano plazo.

Una vez consolidado el registro, se crearon mesas de trabajo para gestionar los recursos con las entidades estatales, la empresa privada, las organizaciones no gubernamentales y apoyos de cooperación internacionales realizando las siguientes actividades:

TAREAS	COMPONENTE	ACTIVIDADES	RESULTADO
Mediano Plazo (Coordinación otras entidades Estatales o Privadas) presupuesto hasta 80'000 000 millones		Jornadas de apoyo al desarrollo Comunitario	Apoyo Población civil desarrollo socio - económico
		Desfiles (Identidad Nacional)	
		Capacitación DDHH y DIH	
		Capacitación medio Ambiente	
		Consultorio Jurídico	
		Cedulación	
		Libreta Militar	
		INCODER	
		Unidad Administrativa para la Consolidación Territorial-UACT	
		Jornadas de Vacunación	
Formación Comunicacional		Página Web	
		Programas radiales y visuales	
		Grupos Gestores en Comunicación	
		Mural del progreso	

	Simbólico	Foro de Desmovilizados
		Foro de medio ambiente
		Encuentro de Derechos Humanos
	Histórico	Museo Itinerante de la memoria
		Cantón (Cazadores) Patrimonio Histórico de la Nación

IV. 3. Largo plazo.

Implementadas con el fin de mejorar, restaurar, mantener, propender, construir o garantizar una mejor calidad de vida a los habitantes, llevando progreso social y económico, con base a las líneas de *acción Integral Resolutiva*, donde se generan proyectos de crecimiento sostenible y de productividad.

TAREAS	ACTIVIDADES	RESULTADO	
Largo Plazo (apoyo estatal y privado) presupuesto de más de 80'000.000	Contratación laboral-Estudio de seguridad-hojas de vida	Consolidación Estatal - Progreso social y económico	
	Convenio con bancos (créditos- cofinanciación)		Sistema de riego
			Ganadería
			Vivienda
			Producción agrícola
	Organizaciones no Gubernamentales (para la interventoría social)		
	Contratación bienes y servicios		
	Electrificación		
	Pavimentación		
	Mantenimiento Infraestructura centros educativos		
	Puesto de Salud		
	Albergues		
	Bibliotecas		
Tratamiento de aguas			

V. VEEDURIAS SOCIALES (SEGUIMIENTO E INTEGRACIÓN).

Además de lo anterior se propuso crear la veeduría con la misma comunidad para hacerle seguimientos a sus propias necesidades y ver reflejado los avances de sus solicitudes, el desarrollo de los proyectos y la terminación de los mismos.

Funciones de la Veeduría:

- Supervisar el manejo de los recursos estatales y privados destinados para el mejoramiento, adecuación, reparación, construcción o sostenibilidad de infraestructuras y obras sociales en la región.
- Evaluar la transparencia en la gestión pública.
- Verificar la aplicación de los recursos y proyectos en el tiempo y en las etapas proyectadas.
- Realizar evaluaciones de gestión estatales, así como las interventorías necesarias para garantizar el correcto uso de los recursos.
- Informar las novedades encontradas ante los entes de control, de acuerdo a las observaciones.
- Garantizar el desempeño por parte de los funcionarios estatales, para el cumplimiento de las obras sociales o de infraestructura.
- Supervisión procesos jurídicos (Falsas denuncias).

VI. EL CONTEXTO RURAL.

En especial esta región de Colombia que comprende el departamento del Caquetá y los municipios de San Vicente del Caguan y Cartagena del Chaira son zonas netamente aisladas y selváticas de difícil acceso y con una gran conflictividad social y de abandono estatal donde están asentados los grupos guerrilleros de las Farc.

El Comando Especifico del Caguan como parte del Estado Colombiano en esta región del país juega un papel importante para el desarrollo y bienestar de la población por sus capacidades militares de protección y seguridad que las pone al servicio humanitario como parte integral del estado; es un puente integrador con la comunidad al articular, liderar, desarrollar e implementar la estrategia de ayuda humanitaria, mediante un trabajo, dedicado con amplios procesos consultivos en mesas de trabajo donde el diálogo con los donantes, la institucionalidad, la participación de la sociedad civil y de la empresa privada hacen de estos proyectos una realidad.

VII. APROPIACIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA.

El proyecto “Senderos del Santo Remedio” nace como una iniciativa de los lugareños y obedeciendo a las

necesidades solicitadas por la comunidad, de esta manera se vinculan y participan en la formulación, ejecución, identificación de las problemáticas y de esta forma ser coherentes con las soluciones, plantadas, los programas y proyectos siendo una apropiación natural de los beneficiarios y de identidad de cada una de las organizaciones involucradas. El trabajo implicó poner en marcha procesos de monitoreo y evaluación conjunta de proyectos que anteriormente denominamos veedurías, que permitieron asegurar la buena ejecución, garantizar el impacto y definir la sostenibilidad de los aprendizajes.

Traducir estas estrategias del proyecto “Senderos del Santo Remedio” en esfuerzos de articulación y cooperación en programas operativos, priorizados y orientados y con bajos presupuestos hace que sea un reto para el equipo de trabajo y un alto grado de apropiación por parte de los beneficiarios, que están en medio de una confrontación armada, atacados y destruidos indiscriminadamente, por los grupos al margen de la ley quienes emplean el terror como instrumento simbólico de guerra y como estrategia efectiva pero indigna, para ganar lealtad entre los pobladores y reafirmar la violencia injustificada. Son los encargados de perseguir a las personas de bien, expropiar sus fincas, hurtar sus ganaderías, secuestrar, extorsionar, violar a mujeres inermes e incorporar a sus filas ilegalmente a miles de niños inocentes, buscando tener afinidad con los clanes y lograr involucrar la tolerancia a indígenas, campesinos y colonos, empleándolos para devastar centenares de hectáreas de selva, obligándolos a sembrar cultivos ilícitos y a la práctica ilícita de las drogas en todas sus formas, a ellos valientes campesinos que se enfrentaron al terror para estar al lado de la institucionalidad, cumplir fielmente nuestra constitución y nuestra ley son los verdaderos constructores de paz y que con sus iniciativas participaron en las distintas fases de los proyectos a corto, mediano y largo alcance; haciendo que todos se comprometieran a respetar el liderazgo y complementar las capacidades de la unidad militar aportando sus iniciativas, medios y presupuestos.

A continuación un ejemplo de apropiación en el proyecto de promoción de Derechos Humanos y DIH, testimonios de estudiantes del Colegio Promoción social de San Vicente del Caguan.

- **Alumna Keidy Alejandra Peña.**

"Lo que aprendí es que la felicidad depende de nosotros tanto de los demás, que nos podemos cuidar a nosotros mismos, que nosotros podemos lograr cualquier sueño que tengamos si tan solo nos proponemos y nos dedicamos de corazón; y que no debemos permitir que los demás arruinen los deseos ni sueños que tengamos."

"También aprendí a brindar confianza y cumplir con mis promesas para así poder brindar una buena imagen de mí, que tengo que ser competente y esforzarme por hacer bien las cosas y así llegar muy lejos"

"Lo practicaré y pondré en práctica en mi vida, mi casa, el colegio, con mis amigos, en la iglesia y en todo lugar. Brindaré de mí: confianza, respeto, dedicación, competencia; para que ellos vean en mí una persona con valores y que hace el bien".

- **Alumno Yeison Pisso.**

"Creo q para crear el camino a la felicidad siempre debemos hacer el bien. Mirar al frente ayudando al necesitado cuando realmente lo necesite y cumplir con las grandes palabras que nos da a saber este libro".

- **Alumno Luis Alfonzo Hernández.**

"Aprendí que la perseverancia y la continua practica de lo que nos gusta nos puede llevar a una felicidad notable la cual nos lleva al logro inevitable de nuestros sueños, además la confianza, la competitividad nos hacen personas triunfadoras que anteponen las ideas personales frente a las demás y luego la convierten en una idea en comunidad aplicándola en su diario vivir. Todo esto se puede practicar y aplicar en nuestros sueños, en los logros que queremos alcanzar".

- **Alumna Tatiana Cardoso, Décimo 3.**

"Un modo de sobrevivir es obtener por medio del sentido común (capacidad de identificar el bien y el mal y actuar en base a eso), es decir, para poder sobrevivir en el mundo actual debemos ser tolerantes, innovadores y competentes, sacar nuevas ideas que puedan mejorar y aportar nuevas ideas de mejoramiento del país entero. Teniendo en cuenta el precepto de "cuida de ti mismo" nos enseña mucho a querernos y auto valorarnos a nosotros mismos mostrándonos limpios, sanos y educados.

Para concluir:

Lo más importante para cumplir nuestros sueños es:

Mirar = observar.

Estudiar = Aprender.

Practica = SUEÑO LOGRADO".

- **Lorenzo Claros.**

"Lo que yo aprendí es que hay que mirar hacia adelante, pensar en lo que seré, tener un buen conocimiento sobre lo que voy a hacer y buscar el camino a soluciones sencillas para llegar a resultados más complejos.

David, Felipe y al comandante gracias por darme posibilidades en esta vida, y el camino a la felicidad me llevará a mi meta de ser marinero.

Seré una persona con agallas, ser bueno con mis amigos y con mi familia."

VIII. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN. CONCLUSIONES.

Excelente trabajo en equipo, articulación y coordinación cordial y respetuosa entre las autoridades y la comunidad que permitió realizar el mantenimiento de la infraestructura comunitaria y atender necesidades básicas de las comunidades en materia de educación, salud y seguridad.

El Comando Específico del Caguán lideró y gestionó a nivel interinstitucional acciones participativas y de enfoque psicosocial, como estrategia de reconciliación colectiva; con el fin de recuperar la confianza entre la comunidad de los municipios de San Vicente del Caguán y Cartagena del Chaira afectadas por el conflicto armado interno.

CAPÍTULO II.

“NEGOCIOS INCLUSIVOS: EL DESAFÍO DE INNOVAR PARA CRECER”.

Florencia MAURE⁵

RESUMEN: Las empresas no están aisladas de los principales desafíos mundiales como la pobreza, la desigualdad, el cambio climático y el agotamiento de los recursos naturales. Y por ello, desempeñan un rol importante en la búsqueda de nuevos modelos de negocios que permitan alcanzar un desarrollo sustentable. Cada vez más, el sector privado orienta su accionar hacia la consecución equilibrada de tres grandes objetivos: alcanzar resultados económicos positivos; acometer proyectos sociales que repercutan favorablemente en la sociedad; y contribuir a la protección del medio ambiente. Frente a esta nueva cultura empresaria, emergen los denominados Negocios inclusivos: una gran oportunidad para generar valor económico y social a través de las fuerzas del mercado. A diferencia de las tradicionales acciones desarrolladas en el marco de la Responsabilidad Social Empresaria, este modelo de negocio propone mejorar la calidad de vida de los sectores en situación de vulnerabilidad; por la vía del trabajo genuino. En este contexto surgen interrogantes como: *¿Serán los Negocios Inclusivos el argumento más sustancioso para la aplicación de la Responsabilidad Social Empresaria? ¿El sector privado está listo para afrontar el desafío de construir una economía con rostro humano?*

ABSTRACT: Companies are not isolated from the major global challenges such as poverty, inequality, climate change and the depletion of natural resources. And therefore, they play an important role in the search for new business models that achieve sustainable development. Increasingly, the private sector guides its actions towards achieving balanced three main objectives: to achieve positive economic results; undertake social projects that impact positively on the society; and help to protect the environment. Faced with this new corporate culture emerge called Inclusive Business: a great opportunity to generate economic and social value through market forces. Unlike traditional actions in the framework of Corporate Social Responsibility, this business model aims to improve the quality of life of vulnerable sector through genuine work. In this context, questions arise: *Inclusive Business, will the most substantial argument for the implementation of Corporate Social Responsibility? Does the private sector is ready to deal with the challenge of building an economy with a human face?*

PALABRAS CLAVES: Negocios Inclusivos; Responsabilidad Social Empresaria; Sustentabilidad; Cadena de valor; Mercado.

KEY WORDS: Inclusive Business; Corporate Social Responsibility; Sustainability; Value Chain; Market.

⁵ Licenciada en Relaciones Públicas egresada de la Universidad Nacional de La Matanza. Especializada en Comunicación Interna y Responsabilidad Social Empresaria. D.N.I: 36.687.618. Mail: flor.maure@live.com

I. INTRODUCCIÓN.

Hace más de una década, se vienen formulando intensos debates acerca del rol que desempeñan las compañías en la construcción de una sociedad más equitativa. El desarrollo espontáneo del mercado y la mera acción gubernamental no aseguran, aún en escenarios de crecimiento económico, la mitigación de la pobreza y la exclusión social. Asimismo, los tradicionales esquemas asistenciales y filantrópicos impulsados por las compañías en el marco de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE); han presentado numerosas limitaciones para afrontar problemáticas sociales más complejas. Si bien juegan un rol importante en las necesidades de la población de bajos ingresos, su efecto suele ser paliativo y de mínimo alcance.

La combinación de éxito corporativo y progreso social, constituye una idea innovadora impulsada por diversos organismos a nivel mundial. En este contexto, el sector privado comienza a percibir el potencial que encierra la integración de las comunidades vulnerables a la cadena productiva; a través de los denominados Negocios Inclusivos. Dicho modelo de negocio, representa una gran oportunidad para romper con el círculo de la pobreza; puesto que no busca atender urgencias específicas a través de la caridad o beneficencia. Por el contrario, persigue la puesta en marcha de cambios estructurales capaces de generar valor económico y social para los actores involucrados. Esto supone la evolución de una óptica puramente altruista a una vinculada a la estrategia de negocio.

En Argentina, un gran número de organizaciones han comenzado a promover esta nueva filosofía, estableciendo alianzas intersectoriales clave que faciliten la práctica de los Negocios Inclusivos.

Estos últimos representan un tema innovador y revolucionario en el campo de la RSE, ya que plantean una nueva agenda para las empresas en pos de un futuro más inclusivo, sostenible, y al mismo tiempo, indispensable para la supervivencia de cualquier organización. Así, dicho concepto se contrapone a los antiguos preceptos y fórmulas sociales, proponiendo en cambio, una visión largoplacista. A diferencia de las tradicionales prácticas sociales (como la filantropía, la inversión social y la inversión social estratégica) los Negocios Inclusivos plantean cambios reales en las condiciones de vida de los sectores en situación de vulnerabilidad; sin perder de vista el objetivo último de toda empresa.

Además, conforman un nuevo campo de actuación para las Relaciones Públicas en torno a los programas de relaciones con la comunidad. Esto se debe, entre otros motivos, a la necesidad de establecer vínculos y alianzas estratégicas entre las partes implicadas; generando comprensión y cooperación mutua. Para lo cual, es necesario identificar a los públicos afectados por las actividades propias del negocio; así como a los líderes comunitarios con mentalidad empresaria que comprendan la naturaleza del proyecto. En este sentido, las Relaciones Públicas son protagonistas de la administración y regulación del impacto social de las organizaciones en el entorno.

El tema del presente trabajo apunta al desarrollo e implementación de los Negocios Inclusivos en Argentina durante los últimos cinco años (parámetro temporal en el que la temática adquirió mayor

relevancia en el país; teniendo en cuenta el número de iniciativas realizadas, y su difusión en publicaciones, seminarios, congresos y demás espacios de reflexión). Con tal motivo, se plantea el siguiente interrogante: *¿los Negocios Inclusivos representan solamente un buen discurso para que una compañía se presente ante la sociedad como sustentable, o realmente generan ventajas competitivas para los actores involucrados?*

Del problema de investigación, se desprende el objetivo general del trabajo: analizar los Negocios Inclusivos y su situación en Argentina. Para lo cual, se exponen cuatro objetivos específicos, en correlación a los capítulos. A saber:

- Contextualizar el surgimiento de los Negocios Inclusivos, desde su relación con la Sustentabilidad y la RSE.
- Explicar en qué consisten los Negocios Inclusivos, a partir de sus dimensiones: económica, social y medioambiental.
- Exponer el desarrollo de los Negocios Inclusivos en Argentina, teniendo en cuenta los casos nacionales más destacados.

Para el análisis del objeto de estudio son tenidas en cuenta las variables: económica, social e institucional. Su abordaje, asimismo, se realiza desde el sector privado; pese a que organizaciones públicas y de la sociedad civil desarrollen también, Negocios Inclusivos. En cuanto a la presentación, el trabajo adoptará la forma de una monografía debido a la necesidad de exponer el problema de estudio en profundidad desde explicaciones y argumentaciones abaladas por diversos autores. Con esto se pretende contribuir a la escasa bibliografía sobre la temática referente a Argentina.

Asimismo, el documento se estructura en tres capítulos. En el primero, se desarrolla el contexto en el que surgen y adquieren valor los Negocios Inclusivos. Para lo cual, se establece un hilo conductor entre dicho modelo de negocio y los conceptos de Sustentabilidad y RSE, a partir de autores como: Hevia (2002); Vargas (2010); Bruni Celli (2010); Vives y Peinado-Vara (2011); Cavia (2013); entre otros. Luego se exhibe la evolución de la RSE, pasando por los diferentes enfoques propuestos por Quazi y O'Brien. De esta forma, se describe la filantropía, la inversión social y la inversión social estratégica; cuyas limitaciones dan paso a los Negocios Inclusivos. En este recorrido teórico, se destacan las posturas de autores clásicos como: Milton Friedman; Edward Freeman, Porter y Kramer.

En el segundo capítulo se analizan los Negocios Inclusivos en profundidad, teniendo en cuenta las experiencias de Argentina publicadas por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE). Dicho concepto es definido y caracterizado por la fundación Avina⁶ (2010). Consecuentemente, se

⁶ Fundación latinoamericana que identifica oportunidades de acción para impulsar el desarrollo sostenible; vinculando al sector público, privado, civil y académico en dicha causa.

explica el rol que desempeñan las comunidades vulnerables en la cadena de valor de las compañías, como: consumidores, proveedores y distribuidores. A su vez, se exponen los antecedentes y la evolución del objeto de investigación.

Finalmente, se trabajan los principales beneficios y ventajas que ofrece dicho modelo de negocio tanto para la empresa como para la población de bajos ingresos involucrada; según los estudios realizados por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD)⁷.

En el tercer capítulo, se analiza la situación actual de los Negocios Inclusivos en Argentina. Con tal misión, se ofrece primeramente, un panorama sobre la importancia otorgada a la gestión responsable de la cadena de valor en Argentina; en función del informe *RSE y Cadena de valor (2013)* realizado por el equipo de investigadores de ComunicaRSE⁸: Pablo Leidi, Alejandro Langlois y María Julia Arana. Esto constituye el puntapié inicial para adentrarse, finalmente, en el abordaje de los resultados devenidos de la puesta en marcha de los Negocios Inclusivos en el país. Para ello, son empleados los datos del *Primer Relevamiento de Actores de los Negocios Inclusivos en Argentina (2013)* realizado por el Espacio de Negocios Inclusivos de la Universidad Torcuato Di Tella (ENI Di Tella).

Asimismo, se tienen en cuenta los aportes de la publicación *Negocios Inclusivos. Casos de Buenas Prácticas Nacionales (2009)* desarrollada por el IARSE en conjunto con la fundación Avina.

II. EL SURGIMIENTO DE UN NUEVO DESAFÍO EMPRESARIAL.

Desde el auge de la actividad empresarial a fines del siglo XIX; y principalmente luego de las grandes crisis económicas, se ha cuestionado el rol que desempeña la organización privada en el seno de la sociedad. ¿Contribuye a generar nuevas oportunidades de negocios tendientes a mitigar la pobreza? ¿Crea valor social para las comunidades en las que opera? ¿Integra eficazmente las consideraciones sociales a la estrategia y a las operaciones de su negocio central? ¿Desarrolla un entorno favorable para las generaciones actuales y venideras? Tales interrogantes ponen de manifiesto las nuevas demandas y expectativas de los ciudadanos en relación al sector privado. De manera tal, el interés por las consecuencias económicas, sociales y ambientales del comportamiento de una organización, se ha incrementado en los últimos años. Atrás quedaron los tiempos en que Milton Friedman aseguraba que la única responsabilidad de la empresa consistía en aumentar sus utilidades. Por tanto, la función de una compañía ya no se limita a generar ganancias, crear puestos de trabajo, producir y comercializar bienes y/o servicios. Su papel incluye, asimismo, ser socialmente responsable. Es decir, asumir un rol activo en la sociedad, contemplando además

⁷ World Business Council for Sustainable Development.

⁸ Primer medio de comunicación de habla hispana especializado en RSE y Sustentabilidad, fundado en 2002.

de la rentabilidad, las problemáticas presentes en los planos social y medioambiental. En palabras de Klaus Schwab (citado en Kliksberg, 2013) “urge una transformación global y debe comenzar con la aplicación de un nuevo sentido de responsabilidad social” (p.23).

En las últimas décadas, ciertos sucesos han contribuido a que las organizaciones privadas adopten esta última posición; entre los que se destacan (Cavia, 2013):

- Mercados más informados y exigentes, en tanto los consumidores cuestionan qué hace la empresa, y cómo lo hace.
- Pérdida de confianza y legitimidad en las empresas como consecuencia de los escándalos a los que se han visto expuestas. Entre los casos más emblemáticos se halla el derrame de petróleo en Alaska producido por la compañía Exxon en 1989; la utilización de mano de obra infantil en la cadena de producción de Nike en los '90; y más recientemente, el soborno a funcionarios mexicanos por parte de Walmart en 2012.
- Medios masivos de comunicación más inquisidores. No sólo informan sino también vigilan e investigan cómo se comportan las empresas. De igual manera, el acceso a la información en tiempo real ha facilitado que las compañías se encuentren bajo permanente observación y evaluación de sus públicos de interés (aquellos grupos que pueden verse afectados con las decisiones que toma la empresa; y viceversa). Esto se debe principalmente al advenimiento de la Web 2.0 y las nuevas tecnologías, a partir de las cuales, los usuarios son capaces de exponer y juzgar públicamente el accionar de las organizaciones. Bajo esta idea, Scheinsohn (2011) establece que las sociedades son cada vez más pluralistas y participativas; al tiempo que existen muchos y variados canales masivos de expresión al alcance del ciudadano “común”. En adición, el autor argumenta que el número de mecanismos institucionales empleados para canalizar propuestas y/o reclamos de los colectivos sociales, va en aumento.
- Proliferación de organizaciones no gubernamentales y de la sociedad civil que influyen en la agenda pública a fin de despertar conciencia social; obrando como controladores de la gestión del sector privado.

Todos estos factores evidencian “un clamor creciente para que las compañías mejoren su *performance* ética, para que ayuden a una mejor distribución económica” (Rey Lennon y Bartoli Piñero, 2008:98). Frente a las presiones ejercidas por la sociedad, los autores proponen compatibilizar el interés privado con el interés público; de forma tal, que las acciones dirigidas a la comunidad constituyan un valor agregado para la compañía. En este sentido, aumenta la necesidad de hacer negocios de manera diferente y estratégica, fomentando un crecimiento responsable a largo plazo que le permita a la empresa volverse sustentable. Bajo esta perspectiva adquiere relevancia el concepto de RSE, a partir del cual, las compañías son capaces de incorporar las preocupaciones del entorno a su estrategia de negocio; por ejemplo, a través de los Negocios Inclusivos.

II. 1. Sustentabilidad, Responsabilidad Social Empresaria y Negocios Inclusivos.

La emergencia de serios problemas ambientales de carácter global (como el cambio climático, la deforestación, la pérdida de la biodiversidad o el efecto invernadero) despertó la preocupación y el interés de la comunidad internacional. Frente a dicho escenario, el término sustentabilidad/sostenibilidad⁹ ha tomado relevancia, ocupando un lugar clave en la agenda política y empresarial. Tal como plantea el Informe de Brundtland, consiste en “satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las del futuro para atender sus propias necesidades” (citado en Hevia, 2002:42).

A continuación, se expone brevemente el contexto en el que surge y adquiere valor el concepto de sustentabilidad; con el objetivo de elaborar una idea más acabada sobre el tema. Con tal motivo, se tendrán en cuenta los aportes realizados por Mireya Vargas L. en el libro *Responsabilidad Social Empresaria. Visiones complementarias: hacia un modelaje social*.

El primer informe de trabajo realizado en 1972 por el Club de Roma -ONG conformada por investigadores, científicos, políticos y académicos de diferentes naciones- bajo el título *Los Límites del Crecimiento*, generó polémica y preocupación en los principales actores económicos y sociales. En el mismo se advierte que la contaminación ambiental, el agotamiento de los recursos naturales, el incremento de la población mundial y el proceso de industrialización, limitarían el crecimiento del planeta en los próximos cien años. Luego de comprobar que el desarrollo económico no puede realizarse a expensas del uso indiscriminado del capital natural; la sustentabilidad comienza gradualmente a incorporarse en los debates y discursos del ámbito público, privado y civil. A partir de entonces, se fundaron numerosas organizaciones ecologistas alrededor del mundo. Sin embargo, dicho concepto no se limitó al aspecto medioambiental.

En la conferencia de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas -celebrada en Estocolmo en 1972- además de tratarse las consecuencias negativas de la contaminación, se abordaron cuestiones sociales como la pobreza. No obstante, el desarrollo sustentable comienza a trabajarse en profundidad, a partir de la publicación del documento *Nuestro Futuro Común*, también conocido como el Informe de Brundtland. Tal escrito (elaborado por la comisión citada anteriormente, encabezada por la Primera Ministra de Noruega Gro Harlem Brundtland) sentó las bases para la evolución futura del término. Al mismo tiempo, dio paso a la segunda conferencia de las Naciones Unidas realizada en Río de Janeiro en 1992, conocida como la Cumbre de la Tierra o Cumbre de Río. Se trató de un encuentro internacional en el que diversos países se comprometieron a trabajar en pos del desarrollo sustentable. En este sentido, Vargas (2010) sostiene que a partir de la Cumbre de Río, el concepto de sustentabilidad se popularizó en todo el mundo, ubicándose en el centro de numerosos debates.

⁹ Los términos sustentabilidad y sostenibilidad (de acuerdo con la lingüística castellana acordada por Naciones Unidas) son sinónimos, tal como expresa Antonio Hevia (2002) en el libro *Liderazgo y Desarrollo Sustentable*.

Fue así como desde finales del siglo pasado, muchas empresas se alinearon a esta nueva visión, al comprender que el éxito empresarial ya no está dado únicamente por la producción de ganancias. Bajo esta idea, las compañías deben progresar económicamente sin descuidar la protección ambiental y el desarrollo social de las comunidades influidas por sus actividades.

Y en este aspecto, es donde interviene y adquiere importancia el concepto de RSE, definido por la Comisión Europea (2001) como un modelo de gestión que integra las preocupaciones sociales y medioambientales a las operaciones comerciales de las compañías; contribuyendo al desarrollo sostenible. Esta idea es reforzada por las Normas ISO 26.000 (2010) al entender la RSE como la responsabilidad que tiene una organización ante las consecuencias que sus decisiones y actividades provocan en la sociedad y en el medioambiente; a través de un comportamiento ético y transparente que favorezca el desarrollo sostenible.

De igual forma, las organizaciones no pueden ser socialmente responsables sino apuntan al balance económico, social y ambiental que plantea la idea de sustentabilidad. Tal como proponen Vives y Peinado-Vara (2011):

“Hoy no se puede ser socialmente responsable si no aspiramos a un desarrollo sostenible. Es decir, si nuestra cultura, nuestras conductas diarias y nuestras lógicas económicas, ambientales y sociales no se encuentran coherentemente alineadas” (p. 9).

En consecuencia, los términos Sustentabilidad y RSE se encuentran íntimamente relacionados: cada vez son más las empresas que presentan un modelo de desarrollo sostenible desde el ejercicio de la Responsabilidad Social. Al respecto, numerosos autores como Cavia (2013); Kliksberg (2013); Balaguer, Fernández y Muñoz (2007); consideran que el desarrollo sustentable constituye la meta, mientras que la RSE el camino a seguir. Para arribar en esta idea, el concepto de Responsabilidad Social ha evolucionado a lo largo de la historia, pasando por diferentes enfoques; tal como proponen Quazi y O’Brien (citados en BALAGUER et al, 2007). A saber:

- Enfoque clásico: comprende la primera visión de la RSE. Para las compañías, la maximización de sus ganancias constituye la única responsabilidad, y por ende, no deben rendirle cuentas a nadie más que a sus accionistas. Bajo esta concepción, las acciones sociales tendientes a mejorar el entorno, generan exclusivamente un costo neto para la organización. Por tanto, en esta etapa imperó la *empresa narcisista*¹⁰, según la cual, producir bienes y servicios compone en sí mismo, el modo sustancial en que el sector privado contribuye a la sociedad. El principal defensor de dicho enfoque fue M. Friedman (representante de la Escuela de Chicago), quien señaló en sus más destacadas obras que el modelo de mercado garantiza, por sí solo, la asignación óptima de recursos para los actores de la sociedad.

¹⁰ Término utilizado por Bernardo Kliksberg en su obra *Ética para empresarios. Por qué las empresas y los países ganan con la Responsabilidad Social Empresaria*, publicada en 2013.

- Enfoque filantrópico: representa una idea reducida sobre la RSE, vinculada a las donaciones y aportes a causas específicas que las empresas están dispuestas a realizar, aunque sean percibidos como un gasto para la organización.
- Enfoque socioeconómico: las organizaciones privadas comprenden que adoptar algún grado de responsabilidad social implica no sólo un gasto, sino también importantes beneficios como mejorar las relaciones con sus *stakeholders* o establecer redes de colaboración entre diversos organismos e instituciones; entre otros. En este contexto, emerge la Teoría de los Grupos de Interés propuesta por E. Freeman en 1984. Este último buscaba ampliar el concepto de negocio más allá de sus raíces económicas tradicionales. Para dicha teoría, “gestionar eficientemente una empresa significa satisfacer el mayor grado posible de demandas o expectativas de todas las personas, grupos y objetos actual o potencialmente afectados por sus decisiones” (ComunicaRSE, 2012:26).
- Enfoque moderno: perspectiva según la cual la empresa mantiene una relación amplia con la sociedad. En este caso las acciones de RSE apuntan al *triple resultado de desempeño*¹¹: crecimiento económico, preservación medioambiental y equidad social. En otras palabras, implican cambios estructurales tendientes a desarrollar un entorno favorable para las generaciones futuras. En este sentido, la vinculación de la RSE a la estrategia de negocio constituye un factor determinante en la supervivencia económica a largo plazo, generando sólidas ventajas competitivas en el mercado global; tal como señala Díaz de Feliciano (2011) y Cavia (2013). De este último enfoque se desprenden los Negocios Inclusivos.

En función de tales enfoques, es posible observar cómo ha evolucionado la relación entre el sector privado y la sociedad; pasando de una visión restringida de la RSE a una perspectiva más amplia, alineada a la estrategia de negocio.

A continuación, se presenta la diferenciación entre las principales acciones desarrolladas bajo el marco de la Responsabilidad Social Empresaria; que dan cuenta del avance de dicho concepto. Con tal motivo, se analiza la filantropía, la inversión social y la inversión social estratégica para finalmente arribar el objeto de estudio del presente trabajo: los Negocios Inclusivos.

II.2. Evolución del enfoque social: de la filantropía y la inversión social a los Negocios Inclusivos.

Para comprender la diferencia entre los conceptos de filantropía, inversión social y Negocios Inclusivos, es preciso analizar cómo se combina en cada uno de ellos, la generación de valor económico y social; tal como propone Bruni Celli (2010).

¹¹ Concepto utilizado por Michel E. Porter y Mark R. Kramer en su artículo *Estrategia y Sociedad*, publicado en la revista Harvard Business Review, en 2006.

En la filantropía, la compañía realiza obras de caridad u ofrece asistencia social a las comunidades más desfavorecidas, sin esperar nada a cambio. Se trata de prácticas que comprenden la donación de dinero, bienes materiales (alimentos, medicamentos, muebles, etc) o recursos humanos (trabajo voluntario) con un fin altruista. Dichas acciones se caracterizan por atender situaciones o urgencias específicas de individuos y pequeños grupos vulnerables. Estos últimos, son definidos por Márquez, Reficco y Berger (2010) como aquellos colectivos que tienen dificultades de acceder al mercado formal de trabajo, y por ende, su situación socio-económica es desfavorable; por ejemplo: personas con discapacidad, minorías étnicas, jóvenes en situación de riesgo, pequeños productores.

En consecuencia, las iniciativas filantrópicas no persiguen cambios estructurales que permitan mejorar sustancialmente la calidad de vida de sus destinatarios. Funcionan, en cambio, como paliativos esporádicos de limitado alcance, incapaces de generar procesos de transformación social a largo plazo.

Desde el punto de vista económico, la compañía no obtiene beneficios a partir de la filantropía. Más bien representa un gasto para la organización en términos netamente financieros. En la mayoría de los casos, tales iniciativas suelen no contar con la intervención directa de la empresa; y por ende, la ejecución y desarrollo del proyecto es delegado a una organización sin fines de lucro. Esto significa que se realizan al margen de la estrategia empresarial y de su actividad de negocio principal. De manera tal que *“sus consecuencias no repercuten más allá de adquirir cierta buena reputación e imagen, siempre y cuando, se logren comunicar convenientemente”* (VIVES Y PEINADO-VARA, 2011:66).

La filantropía representa la primera reacción que ha tenido el sector privado frente a la situación de su entorno. Por lo general, el dinero destinado a tales acciones provenía de la riqueza personal del dueño de la empresa, o bien, de una pequeña parte de las ganancias obtenidas. En este sentido, no han sido producto de una planificación estratégica para obtener beneficios a largo plazo. Por el contrario, muchas veces las compañías resolvían temáticas puntuales que nada tenían que ver con las consecuencias de su actividad empresarial.

En cuanto a los beneficiarios de dichas acciones, reciben una pequeña ayuda momentánea, lo que genera frecuentemente, un vínculo de dependencia respecto a la organización donante. Esto se debe a que los grupos más vulnerables no reciben capacitación o instrucción respecto a cómo deben conseguir tales aportes. Simplemente les son entregados. Por tal motivo, la filantropía no tiene la capacidad para convertirse en una estrategia autosustentable, ya que depende constantemente del aporte financiero del sector privado. En este sentido, cabe destacar que el presupuesto destinado a tales proyectos sociales, es el primero que sufre recortes cuando la compañía transita por una situación económica desfavorable, producto de una crisis u otro suceso.

A su vez, esta visión asistencialista se encuentra fuertemente vinculada a la ausencia o incapacidad del Estado para garantizar el acceso a bienes y servicios básicos. Según Cañeque, Lariu, Mutis y Sánchez

(2009), en aquellos países donde las estructuras gubernamentales son débiles, la filantropía adquiere mayor relevancia, ya que en cierta forma, complementa las funciones públicas. De esta forma, constituye una herramienta de gran utilidad frente a la incapacidad del sector público de abordar las necesidades de los sectores más carenciados.

Por su parte, los autores Porter y Kramer (2006) consideran que las acciones filantrópicas constituyen un interminable paliativo de Relaciones Públicas, de mínimo valor para la sociedad y sin beneficio estratégico para la empresa. Generalmente se describen en términos de dinero, materiales u horas de voluntarios invertidas, pero casi nunca en términos de impacto. El hecho de no poder cuantificar los beneficios generados por tales inversiones, hace que este tipo de iniciativas sociales sean fácilmente descartadas frente a las variaciones del negocio.

Frente a esta idea, surge el concepto de inversión social que busca modificar el entorno o comunidad en la que está inmersa la compañía; en lugar de centrarse en urgencias particulares. Tales iniciativas apuntan al desarrollo socio-económico local; contribuyendo a mejorar la calidad de los servicios básicos (educación, salud, comunicación, etc) y la infraestructura. La promoción de centros de formación, servicios de atención ambulatoria y de saneamiento ambiental; conforman algunos de los ejemplos más comunes.

Al igual que la filantropía, tal como indica Machado de Acedo (2010), la inversión social tampoco representa una política o plan a largo plazo desarrollado por la empresa. Por el contrario, sigue teniendo un carácter reactivo frente a demandas sociales específicas. En cuanto a la creación de valor económico, dicha iniciativa no genera ganancias. Al igual que en los esquemas asistenciales, se obtienen beneficios indirectos: mejor imagen y reputación; mayor control de riesgos en áreas de operación; licencia para operar; confianza y lealtad por parte de la comunidad. En suma, tales ventajas tienden a mantener y fortalecer la relación entre la empresa y sus públicos de interés. Si bien la inversión social representa una evolución en el campo de la RSE, por si misma no es suficiente, para alcanzar el tan deseado desarrollo sustentable.

No obstante, Porter y Kramer (citados en Bruni Celli, 2010) dan un paso más, proponiendo la llamada inversión social estratégica. Esta última logra mejorar el entorno competitivo del negocio central de la organización. Esto implica un análisis previo de la situación o problemática que se pretende abordar, así como de los efectos o resultados que podrían ser generados a favor de la empresa y de la comunidad implicada. De esta forma, no es un acto meramente altruista o humanitario. En contraste con la filantropía, *“la inversión social estratégica se encuentra íntimamente ligada al proceso de la empresa”* (VIVES Y PEINADO-VARA, 2009:33).

Las compañías automotrices, por ejemplo, realizan inversiones sociales estratégicas al desarrollar escuelas o centros de capacitación técnica en las localidades donde actúan. Este es el caso de Volkswagen, empresa que firmó una alianza con la Universidad Tecnológica Nacional (UTN) para crear el Instituto Ferdinand Porsche, cerca del Centro Industrial Pacheco. Es el primer instituto en Argentina en dictar dos

carreras hasta entonces no instauradas: Ingeniería y Tecnicatura Especializada en la Industria Automotriz. De esta forma, la compañía beneficia a los habitantes de su comunidad (principalmente a los jóvenes de bajos recursos) creando oportunidades de trabajo y progreso social. Al mismo tiempo, la automotriz se ve favorecida ya que los egresados de tales carreras, representan mano de obra calificada muy demandada para su actividad.

Finalmente, hay un beneficio para la sociedad toda ya que muchos estudiantes provenientes de varios puntos del país podrán mejorar su empleabilidad, pudiendo luego trabajar en VW, en su respectiva cadena de valor¹², así como en la competencia. A partir de este ejemplo, es posible establecer la diferencia entre la inversión social y la inversión social estratégica. Si bien ambas iniciativas contribuyen a mejorar la calidad de vida de la población; en la primera, las mejoras sociales no favorecen directamente a la actividad principal de la organización, como en la segunda.

A pesar de su contribución, la filantropía, la inversión social y la inversión social estratégica suelen presentar numerosos obstáculos al momento de abordar problemáticas sociales más complejas. Si bien el concepto de RSE ha tenido un avance positivo, cuyas acciones se han integrado cada vez más a la estrategia empresarial, el sector privado tiene mayores posibilidades de favorecer el desarrollo socioeconómico de la sociedad.

Teniendo en cuenta las ideas propuestas por Cañequé et al (2006) en el documento *Desarrollo de negocios en los países de bajos ingresos. Crecimiento empresarial y creación de valor social*, se analizarán las principales limitaciones de aquellas tres iniciativas sociales.

La sostenibilidad de las prácticas filantrópicas, de inversión social e inversión social estratégica; está sujeta a las restricciones presupuestarias o a los cambios en la cúpula directiva, puesto que no producen ganancias en dinero. Por lo que en situaciones de crisis económica muchas de estas acciones quedan relegadas.

Al mismo tiempo, pueden implicar riesgos para el sector empresarial. En ciertas ocasiones, son interpretadas como maquillaje social para lavar la imagen de la compañía; o bien, como actividades complementarias que no afectan de forma significativa al progreso de la comunidad. El hecho de que la compañía vaya en contra de su objetivo fundamental: maximizar sus ganancias; puede despertar cierto escepticismo en sus públicos de interés. Asimismo, la filantropía tiende a reforzar vínculos de tipo paternalista que muchas veces generan una fuerte dependencia entre la empresa y los beneficiarios; hecho que pone en jaque su autosustentabilidad.

¹² Término acuñado por Michel Porter (2006) para referirse a la serie de actividades relativas a la producción, distribución y consumo de bienes y/o servicios. Es considerada por el autor, la principal herramienta para identificar fuentes de generación de valor.

Comúnmente, los actores de bajos ingresos a los que están dirigidos los programas filantrópicos o de inversión social, así como la problemática social que intentan abordar, son ajenos a la actividad de la empresa. En este sentido, es conveniente que cada compañía seleccione cuestiones vinculadas a su propio negocio. Es más provechoso dejar que determinados proyectos sociales sean abordados por otras instituciones u organismos públicos, privados o civiles mejor posicionados o con mayor experiencia en el tema.

La filantropía, la inversión social y la inversión social estratégica han jugado un papel relevante en la satisfacción de las necesidades puntuales de los sectores vulnerables. Sin embargo, suelen llegar a una pequeña parte de este segmento poblacional, ya que por lo general, se destinan limitados recursos financieros y estructuras organizacionales en pos de tales iniciativas. Por lo que difícilmente puedan contribuir a terminar con uno de los mayores flagelos a erradicar: la pobreza extrema y el hambre, tal como predica uno de los Objetivos del Milenio¹³.

En suma, aquellas tres acciones de RSE no contribuyen plenamente al desarrollo sustentable de una compañía, puesto que no impulsan su crecimiento económico y tampoco tienen en cuenta el aspecto medioambiental en su puesta en marcha. Según Porter y Kramer (2006) *“ninguna de ellas es suficiente para ayudar a una empresa a identificar, priorizar y abordar los problemas sociales más importantes, o aquellos sobre los que puede tener el máximo impacto”* (p. 6).

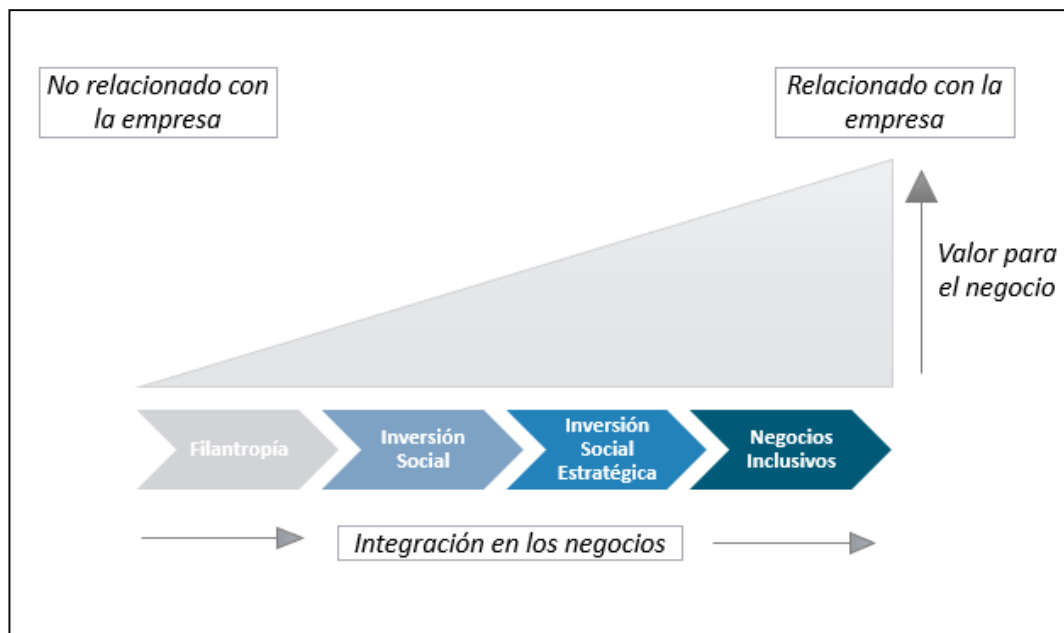
Al mismo tiempo, tales autores expresan la necesidad de que las iniciativas sociales desarrolladas beneficien tanto a la empresa como a la sociedad. Si una sola parte es favorecida a expensas de la otra, la prosperidad a largo plazo de ambas se verá socavada. Y en este punto, argumentan: *“se requiere un nuevo enfoque para integrar más eficazmente las consideraciones sociales a la estrategia y a las operaciones del negocio central de la empresa”* (p.4).

Frente a esta situación, la organización privada ha comenzado a transformar su posición respecto a las contribuciones dirigidas a la comunidad; comprendiendo la importancia de alinear las acciones de RSE a sus metas de negocio. Y es aquí donde emergen con gran fuerza los Negocios Inclusivos: una propuesta empresarial innovadora que logra autofinanciarse, en contraposición a las anteriores acciones descriptas.

Así, la evolución del concepto de RSE (ver Ilustración 1) muestra un avance considerable que va desde la filantropía tradicional (poco relacionada a la actividad comercial de la compañía) hasta dicho modelo de negocio.

¹³ Los Objetivos del Milenio, consisten en ocho propósitos mensurables que apuntan a construir un mundo más próspero y equitativo. Dicho plan de acción fue propuesto por la ONU en la Cumbre del Milenio.

Ilustración 1: Evolución del concepto de RSE.



Fuente: adaptación de Dante Pesce (citado en Cavia, 2013).

Los Negocios Inclusivos permiten generar una relación más cercana y sostenida en el tiempo con la base de la pirámide (BDP). Esta última es definida por Cañeque et al (2009) como aquel segmento sociodemográfico situado en el estrato inferior de renta de la población mundial. Si bien no es homogéneo, existen ciertos rasgos -propuestos por tales autores- que lo caracterizan. A saber:

- Predominio de la economía informal: la mayor parte de este segmento carece de tecnologías y conocimientos necesarios para insertarse en la economía global. Asimismo, no cuentan con mecanismos para asegurar el cumplimiento de contratos; cuya naturaleza suele ser verbal.
- Acceso a oportunidades limitadas por el contexto: generalmente, dicha población no tiene acceso a los servicios financieros formales, por lo que recurren a prestamistas privados, pagando tipos de interés más elevados.
- Gran número de necesidades insatisfechas: la mayor parte de esta población, carece de servicios básicos como el agua o la electricidad. La deficiencia de la infraestructura y el transporte, así como la escasa penetración de las redes de telefonía, dificultan el desarrollo de emprendimientos.

En el presente trabajo, los conceptos: base de la pirámide, comunidades de bajos ingresos/bajos recursos y sectores vulnerables hacen referencia a los destinatarios de los Negocios Inclusivos. Al igual que en la bibliografía utilizada, dichos términos son empleados para aludir a aquellas personas cuya situación socio-económica es desfavorable; presentando dificultades para incorporarse al mercado formal. Si bien

muchos autores citados, utilizan dichos términos indistintamente como sinónimos; requieren de un análisis más profundo. Sin embargo, no corresponde a los objetivos de este documento.

Una vez descrito el contexto en el que surgen los Negocios Inclusivos, estableciendo su conexión con los conceptos de Sustentabilidad y RSE; se prosigue en el próximo capítulo, a trabajarlos en profundidad.

III. LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS.

Pese a los esfuerzos de los distintos sectores sociales por contribuir al desarrollo de las comunidades, cada día son más las personas que sufren las consecuencias de la pobreza y la exclusión social. Ante dicho escenario, el sector privado debe asumir un rol estratégico frente a las preocupaciones sociales; contribuyendo a un futuro más inclusivo y sostenible. Si bien la filantropía y el asistencialismo continúan desempeñando un papel central en las necesidades de los sectores vulnerables; mejorar la situación económica y social de dicha población, requiere soluciones más complejas.

Asimismo, las empresas no pueden tener éxito en sociedades que fracasan, y por lo tanto, se muestran interesadas en la estabilidad de las mismas (SNV y WBCSD, 2010). En este contexto, emergen y adquieren valor los Negocios Inclusivos, basados en una lógica de mutuo beneficio: tanto para la empresa como para la población de bajos ingresos implicada.

III. 1. ¿En qué consisten los Negocios Inclusivos?

Los Negocios Inclusivos son definidos por la fundación Avina (2010) como aquella iniciativa empresarial económicamente sostenible, social y ambientalmente responsable, que utiliza los mecanismos del mercado para mejorar la calidad de vida de los sectores vulnerables, a través de su participación en la cadena de valor de una compañía como proveedores, distribuidores o consumidores de bienes y/o servicios.

Si bien los Negocios Inclusivos pueden adoptar diversos formatos, todos ellos deben reunir las siguientes condiciones: a) ser autosustentables; b) ser social y ambientalmente responsables; c) mejorar la calidad de vida de los sujetos a los que están dirigidos; d) estar vinculados a la actividad principal de la compañía; e) ser contemplados como una actividad empresarial y no como un proyecto o propuesta filantrópica; f) considerar a los sectores de bajos ingresos como aliados estratégicos, y no como oferta laboral de bajo costo; g) generar alianzas entre el sector público, privado y civil.

Se trata de proyectos sostenidos por el libre juego de la oferta y la demanda que buscan generar valor económico y social para todos los actores implicados. En consecuencia, permiten que el segmento de la base de la pirámide se incorpore a la economía formal y despliegue sus libertades políticas, económicas y

sociales. En este sentido, las compañías (independientemente de su tamaño, ubicación geográfica y sector al que pertenecen) desempeñan un rol fundamental en los Negocios Inclusivos, puesto que ayudan a dicho segmento poblacional a:

- Organizarse en emprendimientos productivos; entendidos como aquellas iniciativas económicas, que generan recursos a través de la producción de bienes o servicios. Es decir, por la vía del trabajo genuino.
- Participar de redes comerciales y sociales.
- Obtener las herramientas y conocimientos necesarios para incrementar su poder de negociación frente a otros actores sociales; mejorando al mismo tiempo, su capacidad técnica y su eficiencia productiva.

En este aspecto, los Negocios Inclusivos posiblemente puedan contribuir a mejorar la calidad de vida de las comunidades de bajos ingresos a través de su participación en la cadena de valor de una compañía, como:

- Proveedores de materia prima, bienes y/o servicios. Las empresas generan empleo y transmiten sus habilidades, capacidades y conocimientos técnicos, al incluir asociaciones de pequeños productores o grupos de emprendedores a su cadena de valor. Así, la población sale de una economía informal en la que son más vulnerables a la explotación y al trabajo en condiciones precarias. Esto se debe principalmente a la escasa protección que reciben por parte de las leyes e instituciones (Marquéz et al., 2009). Por su parte, las compañías aumentan la oferta y el abastecimiento de materia prima de forma responsable y sostenible.

Este es el caso, por ejemplo, de la empresa argentina Marchigiana -dedicada al rubro gastronómico- la cual llevó a cabo un modelo de Negocios Inclusivos en conjunto con la Asociación Civil El Arca. Esta última reúne a 120 pequeños productores del rubro textil, agrícola, ganadero, alimenticio y artesanal. Inicialmente, la compañía adquiría los tomates que los productores de El Arca cultivaban, para utilizarlos en la preparación de sus recetas. Con el tiempo, ambas organizaciones trabajaron en la creación de salsas gourmet: un producto con mayor valor agregado que mejoró los márgenes de ganancia para todos los actores involucrados; al ser comercializado en supermercados, restaurantes y otros comercios. Este proyecto permitió incorporar a 25 familias emprendedoras de bajo recursos a la cadena de valor de la compañía.

- Distribuidores de bienes y/o servicios. La compañía se beneficia al poder ampliar su mercado, a través de la distribución de sus bienes y/o servicios en zonas de difícil acceso. A la vez, crea empleo e instruye a las comunidades de bajos ingresos integradas a dicha iniciativa.
- Consumidores de bienes y/o servicios. Las poblaciones más pobres acceden a servicios básicos o productos de calidad capaces de suplir sus necesidades a un mejor precio. Al mismo tiempo, las empresas amplían su mercado.

En Argentina, Gas Natural Fenosa en colaboración con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Fundación Pro Vivienda Social; ha suministrado el servicio de gas natural a más de 20.000 personas del Cuartel V (barrio ubicado en el partido de Moreno, Provincia de Buenos Aires). Para sustituir dicho servicio, las familias debían adquirir gas licuado, leña y queroseno: fuentes energéticas más costosas, inseguras y contaminantes. Dicho proyecto -extendido a otros barrios de bajos recursos- ha revalorizado las viviendas y disminuido el presupuesto destinado a la energía. Al mismo tiempo, la compañía amplió su mercado; evitando conexiones ilegales, y por ende, la pérdida de ganancia.

III.2. Antecedentes y evolución del concepto de Negocios Inclusivos.

Desde 1990 diversas organizaciones han desarrollado el concepto de Negocios Inclusivos a través de programas, estrategias, redes y alianzas; entre las que se destacan: Universidad de Harvard; Fundación Avina; SNV (Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo); WBCSD (Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible); BID (Banco Interamericano de Desarrollo); CEADS (Consejo Empresarial Argentino para el Desarrollo Sostenible); CECODES (Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible); AED (Asociación Empresarial para el Desarrollo); PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo); IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria); UTDT (Universidad Torcuato Di Tella).

A continuación, se expone la evolución del tema desde las primeras formulaciones hasta las construcciones conceptuales más recientes. Con tal motivo, se analizan los Negocios con la Base de la Pirámide que dieron paso a los Negocios Inclusivos. Seguidamente, se aborda el nuevo concepto de Mercados Inclusivos propuesto por la fundación Avina.

En el año 2002, los autores Prahalad y Hart analizaron los Negocios con la Base de la Pirámide en su artículo *The Fortune at the Bottom of the Pyramid* publicado en la revista *Strategy + Business*. En tales negocios, las comunidades de bajos ingresos constituyen un mercado de consumo desaprovechado, a partir del cual, las compañías pueden aumentar sus ganancias.

Dado el gran número de personas -con cuantiosas necesidades aún no satisfechas- que compone aquel segmento poblacional; los primeros estudios sobre el tema, presentan la base de la pirámide como un terreno idóneo para promover el consumo de bienes y servicios hasta entonces no disponibles (CAÑEQUE et al, 2009). En este sentido, dicho segmento representa una oportunidad para aumentar las ventas, innovar y desarrollar nuevas competencias empresariales.

Sin embargo, esta visión comenzó a ser cuestionada. Para varios autores, vender únicamente productos o servicios a la población de bajos ingresos, no representa una solución efectiva para salir del círculo vicioso de la pobreza. Por el contrario, tales negocios muchas veces implican más deudas para dicho

segmento. Asimismo, la participación de la población objetivo en el diseño e implementación del modelo de negocios es casi nula. Y por ende, queda limitada la posibilidad de hallar soluciones surgidas del conocimiento que tienen las propias comunidades locales sobre sus problemas y necesidades. Bajo esta perspectiva, Licandro y Pardo (2013) consideran que los Negocios con la Base de la Pirámide, en lugar de ser una estrategia tendiente a mejorar la situación económica y social de la población de bajos ingresos, consisten en un abordaje empresarial orientado a ampliar los mercados de las organizaciones.

Frente a tales cuestionamientos, Prahalad y Hart argumentan que a partir de estos negocios los sectores de bajos recursos tienen la posibilidad de elegir productos más económicos o de mejor calidad, previamente no disponibles. Asimismo, el acceso a determinados servicios como los microcréditos, favorece la integración de las comunidades en situación de pobreza en los flujos de la economía formal. Esto supone, para ambos autores, una mejora en las condiciones de vida de tales individuos. En contraposición, Simanis (citado en LICANDRO et al, 2013) expone:

“Aunque loable como etapa inicial, la mayoría de las estrategias corporativas de la ‘primera generación’ sobre la BDP tienen, en nuestra opinión, fallas para dar en el blanco. En el largo plazo, esta estrategia tendrá fallas casi ciertamente, porque el negocio continúa siendo ajeno a la comunidad a la que pretende servir”.
(p. 49).

A partir de lo expresado, el profesor de la Universidad de Columbia reconoce que la propuesta de Prahalad y Hart fue un avance considerable hacia la integración social. Sin embargo, no puede contribuir a mejorar significativamente las condiciones de pobreza ni dirigirse hacia un desarrollo sustentable. Para él, lo fundamental consiste en ayudar a incrementar los ingresos del segmento de la base de la pirámide, a través de la oferta de trabajo. Y por tanto, es necesario concebir a dicho sector social no sólo como consumidores, sino también como proveedores y distribuidores. Esta perspectiva da inicio a los Negocios Inclusivos.

A diferencia de los Negocios con la Base de la Pirámide, en los Negocios Inclusivos las comunidades de bajos ingresos adoptan diversos roles en la cadena de valor de una compañía: como clientes, productores o distribuidores. Además de ofrecer bienes y servicios accesibles de mayor calidad; las empresas transfieren su conocimiento, experiencia y tecnología a dicho segmento poblacional; lo que permite mejorar su capacidad técnica e incorporarse al mercado formal. Tales iniciativas, además, incluyen en su diseño y desarrollo la dimensión medioambiental.

Tal como propone Cañequé et al (2011), los Negocios Inclusivos representan una transformación sustancial del modo tradicional en el que la empresa se vincula con su entorno. Ya no sólo se limita a comercializar bienes y/o servicios; sino que mejora la calidad de vida de los sectores más carenciados al generar empleo y ofrecer capacitación. En este sentido, todas las partes involucradas en el proyecto deben ganar a partir de la co-creación de valor económico y social.

No obstante, muchos autores (como Licandro y Pardo) dan un paso más, proponiendo incorporar a los sectores de bajos ingresos no sólo como consumidores, proveedores o distribuidores; sino como aliados estratégicos. Es decir, se integra, respeta y considera la voz de dicho segmento. Esto representa numerosas ventajas, ya que los conocimientos y experiencias que posee la población objetivo acerca de su propia situación -muchas veces desconocida o ignorada por el sector privado- enriquece aún más el proyecto; evitando falsos preceptos, ciertos prejuicios y soluciones erróneas. Es decir, la participación activa de quienes padecen la problemática, es de suma importancia para comprender sus necesidades y proponer la mejor forma de abordarla.

Tales iniciativas participativas e integradoras se diferencian de los tradicionales programas enfocados a la capacitación técnico-productiva y al acceso a microcréditos; que dejan de lado el trabajo conjunto con los grupos de interés. Esto da como resultado, el fracaso de los emprendimientos sociales una vez iniciada la actividad productiva; ya que, según Licandro y Echeverrianza (2006), los sectores de bajos ingresos no tienen la capacidad de adaptarse a los estándares del mercado por sí solos o de gestionarse a sí mismos. Esto sugiere un mayor diálogo, comprensión, compromiso, aproximación e interacción de las empresas con las comunidades. Aunque esto no siempre es así. En la mayoría de los casos nacionales todavía no se ha logrado diseñar modelos de negocios inclusivos de manera integral junto a los sectores a los que van dirigidos (IARSE y AVINA, 2009).

En 2009, surge el concepto de Mercados Inclusivos desarrollado por la fundación Avina; que apunta al escalamiento y desarrollo de los Negocios Inclusivos. Lo que se propone ahora es sobrepasar las fronteras, creando alianzas intersectoriales y estrategias en las que participen los sectores de bajos recursos a la par del resto de los actores (nacionales e internacionales) involucrados. Para Avina (2010) *“un mercado es inclusivo cuando se desarrolla un conjunto de Negocios Inclusivos que comparten una actividad económica; geográfica; o segmento de clientes dentro de un marco estratégico compartido por muchos actores y bajo unas reglas claras de actuación”* (p.13).

En otras palabras, se necesita construir un entorno favorable para el desarrollo a escala de los Negocios Inclusivos. Esto sugiere la transferencia de modelos de negocios exitosos a diferentes comunidades de bajos recursos. Lo que busca Avina es ampliar la mirada para trabajar con un grupo más numeroso de actores. Esta nueva estrategia más sistémica y general complementa lo realizado hasta el momento. Sin embargo, dicha innovación conceptual presenta ciertas inconsistencias, ya que el crecimiento a escala sigue siendo una promesa incumplida. Es erróneo suponer que un modelo de negocio implementado con éxito en una comunidad de bajos ingresos, es fácilmente transferible a otra. La necesidad de innovar en cada proyecto, incrementa la complejidad y reduce la velocidad de ampliación.

A su vez, las compañías construyen ecosistemas organizacionales que favorecen el desarrollo de los Negocios Inclusivos; lo que demanda tiempo y recursos. Por último, los modelos de negocios deben ser diseñados teniendo en cuenta las características particulares de la población a la cual se dirigen. Esto

dificulta aún más la proyección de tales iniciativas en otros sectores de bajos ingresos. Desde esta perspectiva, Bruni Celli, González y Lozano (2010) advierten que las capacidades alcanzadas por el sector privado para trabajar con la base de la pirámide en una zona, no son sencillas de trasladar a otra. Al mismo tiempo, tales autores sugieren que muchas iniciativas corren el riesgo de convertirse en planes piloto, al no encontrar por parte de la compañía, la forma de hacerlas crecer sin incurrir en pérdidas a largo plazo. Muchas de las recomendaciones expuestas para la implementación de los Negocios Inclusivos (ser innovador, construir ecosistemas organizacionales, aprovechar las redes y alianzas sociales existentes, etc) pueden generar respuestas satisfactorias en programas locales, pero no funcionar en el crecimiento a escala. Esto se debe a que la ampliación de redes propias y complejas, requiere bastante tiempo y recursos financieros.

No obstante, incorporar los Negocios Inclusivos en la agenda pública de cada nación, facilitaría el desarrollo a escala al incrementar tanto el número de iniciativas como el monto de los recursos públicos invertidos en ellas. En síntesis, crear mercados inclusivos viables, sigue siendo un gran reto para las compañías.

A continuación, se exhiben los principales beneficios que ofrecen los Negocios Inclusivos a las comunidades de bajos recursos involucradas, y que en suma, contribuyen posiblemente a mejorar su calidad de vida. Con tal motivo, se tienen en cuenta los aportes de Cañeque et al (2009). A saber:

- a. Generación de empleo. Esto supone un aumento de los ingresos, y por ende, un mayor poder de decisión para seleccionar el mejor producto o servicio conforme a sus necesidades específicas. Asimismo, la creación o expansión de puestos de trabajo genera un entorno de desarrollo propicio para la implementación de otros negocios.
- b. Transferencia de conocimiento y tecnología, capacitación y asistencia técnica. Todo ello implica el desarrollo y perfeccionamiento de capacidades, prácticas y destrezas. Asimismo, mejora la productividad y la fuerza de trabajo a largo plazo; contribuyendo a un futuro sustentable.
- c. Precios y condiciones justas de comercialización de los bienes y/o servicios ofrecidos por la base de la pirámide. Dicho segmento tiene la posibilidad de incorporarse a la economía formal, dejando a un lado la explotación y la pequeña remuneración de intermediarios oportunistas.
- d. Ventas aseguradas. Los productores o pequeños emprendedores obtienen ganancias más parejas, y por ende, mayor estabilidad en el tiempo; puesto que cuentan con un comprador garantizado: la compañía que los incluye en su cadena de valor. Esto les permite además, proyectar planes a largo plazo.
- e. Acceso a bienes y/o servicios de menor precio o mayor calidad, para la población de bajos recursos en su rol de consumidores. En muchos casos, los Negocios Inclusivos ayudan a dicho segmento a satisfacer sus necesidades básicas (servicio de electricidad, agua, salud, saneamiento, etc).

Asimismo, los Negocios Inclusivos crean beneficios y oportunidades para las compañías (CAÑEQUE et al, 2006), tales como:

- a. Generación de innovación. Constituye un factor clave para que la compañía pueda lograr competitividad y crecimiento a largo plazo. Operar en la base de la pirámide permite innovar tanto en el modelo de negocio, como en los productos y servicios ofrecidos.
- b. Desarrollo de nuevos mercados. Los Negocios Inclusivos con sectores de bajos ingresos representan, para las empresas, una nueva cuota de mercado donde comercializar sus bienes y/o servicios.
- c. Fortalecimiento de la cadena de valor. La incorporación de los grupos vulnerables a la cadena de valor, permite gestionarla responsablemente, aplicando indicadores de RSE a la misma. Esto efectiviza los procesos productivos y de transacción.
- d. Mejora de imagen y reputación. Esto contribuye al posicionamiento de la marca para capturar futuros mercados.

A partir de los beneficios y oportunidades mencionadas, es posible considerar que los Negocios Inclusivos favorecen tanto a las compañías como a los sectores vulnerables que participan de ellos. No obstante, autores como González y Lozano (2010) ponen en tela de juicio la gratitud de tales negocios para con la base de la pirámide. Dichos autores, no descartan la posibilidad de que tales iniciativas se implementen con el mero objetivo de reducir costos de producción; siendo entonces los individuos, mano de obra barata. Sin embargo, no dejan de reconocer que los Negocios Inclusivos son, en este momento, la mejor opción posible para contribuir a la superación de la pobreza.

Frente a esta situación, es propicio señalar que son menos los autores que se muestran reticentes a este modelo de negocio. La mayoría, apuesta a su implementación como fuente de empleo, capacitación y desarrollo para las comunidades locales.

III.3. El rol del sector privado en los Negocios Inclusivos.

Los Negocios Inclusivos son abordados en el presente trabajo desde el mundo empresarial; ya que las compañías -nacionales y multinacionales- poseen un mayor potencial para llevar a cabo tales iniciativas. Esto se debe, entre otras cosas, a los grandes recursos que manejan y pueden movilizar; a su capacidad de aprender y transferir tecnologías a nivel global; a su posición central en las redes económicas; a su vasta experiencia en el mercado; y al alcance de sus operaciones comerciales.

Bajo esta idea, Austin y Chu (citados en LICANDRO Y PARDO, 2013) sostienen que en la búsqueda de una respuesta efectiva a la pobreza, la atención del mundo se dirige gradualmente hacia el sector privado, al que aún sus detractores, le reconocen su capacidad de ejecución. Esto ocurre principalmente porque

constituye uno de los pocos actores (sino el único) que reúne las cuatro condiciones necesarias para afrontar el desafío de la exclusión social. A saber:

- Escalabilidad, ya que la solución debe alcanzar e incluir a millones de personas.
- Permanencia en el tiempo, puesto que obtener los resultados planteados por dicha solución, llevará muchos años. Si bien los funcionarios públicos y las agendas políticas se renuevan; las industrias permanecen.
- Eficiencia y eficacia para abordar las problemáticas sociales. En este sentido, las compañías se han caracterizado por utilizar los recursos disponibles, de la forma más productiva posible.
- Capacidad para generar empleo; permitiendo incorporar -como proveedores o distribuidores- a las comunidades vulnerables en las cadenas de valor. Según el Banco Mundial (2012) el sector privado constituye el principal motor de generación de empleo y la fuente de casi 9 de cada 10 puestos laborales en el mundo. Entre 1995 y 2005, el 90% del trabajo en los países subdesarrollados, procede del mundo empresarial.

Frente a dichas condiciones, Austin y Chu afirman, además, que las industrias y los mercados han demostrado la habilidad de operar masiva, permanente y eficientemente. Esto permite superar con mayor facilidad, aquellas limitaciones u obstáculos que surjan en el diseño, implementación y desarrollo de los Negocios Inclusivos.

Bajo esta misma idea, Stuart Hart (citado por MUÑOZ, 2010) considera:

“Las empresas, más que los gobiernos y la sociedad civil, están mejor preparadas para llevarnos durante los próximos años hacia un mundo sostenible [...]. Las corporaciones son las únicas entidades del mundo actual con la tecnología, los recursos, la capacidad y el alcance global necesarios para ello” (p.69).

Sin embargo, autores como Licandro y Pardo (2013) se muestran un tanto escépticos objetando que durante décadas las compañías han ido en contra del desarrollo local; a través de políticas como el pago de bajos salarios o la fijación de precios abusivos para los pequeños productores. Entonces: ¿por qué el sector privado podría convertirse hoy en un agente clave contra la lucha de la pobreza y la exclusión social?

Esto se debe a que han cambiado ciertas cuestiones con el paso del tiempo. Las compañías han comenzado a modificar su relación con la sociedad frente a las mayores exigencias del Estado y de la opinión pública; respondiendo a la necesidad emergente de asegurar la sustentabilidad social y ambiental (que a su vez, condicionan la sustentabilidad futura de los negocios).

No obstante, los Negocios Inclusivos se efectúan desde la labor y el esfuerzo conjunto de las empresas, el Estado y la sociedad civil. Bajo esta idea adquiere relevancia el concepto de ecosistema organizacional proveniente de la biología; frecuentemente señalado en los estudios y publicaciones sobre dicho modelo de negocio.

Según Reficco y Vernis (2013), el ecosistema organizacional consiste en una comunidad económica y social basada en un conjunto de organizaciones que interactúan entre sí, con un fin determinado. En consecuencia, tales autores proponen que:

“El avance hacia el desarrollo sostenible requiere muchas más alianzas, y más complejas. Las compañías inteligentes comienzan a reconocer que la manera más efectiva de apalancar el cambio en nuestro mundo interdependiente es a través de un esfuerzo común con otros, y del aprendizaje de la experiencia. Es posible gestionar en forma cooperativa lo que no podemos gestionar de manera individual. Esta es la esencia de una idea antigua y poderosa llamada comunidad. El todo es más que la suma de las partes” (p. 127).

En otras palabras, un ecosistema comprende el vínculo entre una organización y su contexto; destacando la complementariedad e interdependencia de los actores implicados.

Tal como sucede en los ecosistemas biológicos, las instituciones que permanecen aisladas tienden a ser más vulnerables a los cambios y desafíos que pueda presentar el escenario político, económico y social en el que operan. Para subsistir y continuar siendo competitivas, en cambio, necesitan integrarse a su entorno y evolucionar junto a él. A la hora de diseñar un modelo de Negocios Inclusivos es importante que las compañías identifiquen organizaciones -públicas, privadas o civiles- con las cuales puedan trabajar en el proyecto de inclusión social. Es allí donde las Relaciones Públicas desempeñan un rol fundamental, ayudando a establecer relaciones estratégicas entre la empresa y sus grupos de interés; a partir de la comunicación, comprensión y cooperación mutua.

Así, el ecosistema organizacional de un Negocio Inclusivo está conformado por diversos actores propios o ajenos a la cadena de valor de una compañía y por el contexto estructural (es decir: condiciones económicas, sociales, culturales, tecnológicas, etc) que influye en los vínculos establecidos entre las organizaciones participantes.

Tal como advierten Iansiti y Levien (citados en Reficco y Vernis, 2010) existen ciertas similitudes entre las redes o sistemas organizacionales y los ecosistemas biológicos. Ambos están constituidos por participantes conexos que dependen unos de otros para su eficiencia individual. Asimismo, tales autores señalan que las comunidades económicas habitualmente giran en torno al liderazgo de una organización clave, denominada pivote o ancla. Esta última, es la encargada de alinear las visiones, comportamientos y decisiones de inversión de los miembros del ecosistema; con su propia estrategia. En este sentido, las

compañías privadas adoptan dicho rol en la mayoría de los Negocios Inclusivos, por sus cualidades y condiciones mencionadas anteriormente en el trabajo.

Lo fundamental de las organizaciones ancla es que permiten reducir costos e incrementar la productividad de todos los actores vinculados a dicho modelo de negocio, al simplificar la difícil tarea de conectarlos entre sí. Trabajar con un gran número de clientes o productores de bajos recursos puede ser demasiado complejo. Por tal motivo, muchas compañías pivote desarrollan alianzas intersectoriales estratégicas con asociaciones, cooperativas u organismos no gubernamentales. Esto facilita y agiliza la negociación con cientos de clientes, distribuidores o productores independientes.

Este es el caso de “Tramando y Red Puna”, analizado en el 2009, por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) y Fundación Avina. Tramando es una empresa argentina dedicada al diseño de indumentaria, que ha desarrollado un modelo de Negocios Inclusivos con mujeres collas, conocedoras del tradicional arte del tejido. Dicha iniciativa social tuvo por objetivo revalorizar el trabajo artesanal de las comunidades norteñas, a través de la calidad introducida en los procesos y terminaciones; y de la creación de novedosos diseños por parte de las propias tejedoras. Con tal motivo, la compañía nacional estableció alianzas con la Red Puna. Se trata de una organización de productores, artesanos y campesinos aborígenes de la Puna y la Quebrada Jujeña; dedicada a compartir experiencias y trabajos realizados por aquellos. A su vez, se encarga de comercializar sus artesanías, velando por márgenes justos de ganancias; y luchando por políticas integradoras dirigidas a mejorar la calidad de vida de la comunidad.

Para el financiamiento del proyecto se sumaron distintos aliados estratégicos. Red Puna contó con el apoyo financiero del Gobierno de Navarra de España; mientras que la empresa Tramando recibió la ayuda de fundación Avina y del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, a través del Programa Marca Colectiva.

A partir de tal ejemplo, se deduce que trabajar junto a otros integrantes del ecosistema organizacional permite conseguir objetivos que hubieran sido difíciles de alcanzar de forma individual (tales como: entendimiento, cooperación mutua, co-creación de valor social y económico, etc). A su vez, la articulación con ONGs y/o fundaciones facilita la superación de resistencias o barreras de entrada generadas a la hora de trabajar y entablar relación con las comunidades de bajos ingresos. En parte, esto se debe a que muchos sujetos han sido capacitados o asistidos económicamente por el sector privado, sin un fin concreto y de mejora continua. Muchos proyectos sociales son abandonados al poco tiempo de iniciarse; provocando en las personas cierta aprensión hacia las grandes compañías.

La confianza constituye un factor clave en los Negocios Inclusivos. En este sentido, no es casual que las empresas recurran a las organizaciones sociales. Se trata de actores con experiencia y años de trabajo en la base de la pirámide, que gozan de cierta legitimidad. Así, el sector privado capitaliza las redes sociales existentes. Al mismo tiempo, el conjunto de investigaciones, trabajos, experiencia y conocimiento, fruto de

la implementación de un Negocio Inclusivo, puede utilizarse en futuros proyectos. Esto permite mejorar y enriquecer el desarrollo de los próximos negocios; lo que a su vez se traduce en ahorro de tiempo y dinero para la empresa.

Tal como expresan Licandro y Pardo (2013) la creación, puesta en marcha y operación de los Negocios Inclusivos requiere la vocación, la práctica, las competencias sociales y el *know how* de las organizaciones de la sociedad civil. Asimismo, las organizaciones sin fines de lucro necesitan de los conocimientos técnicos, la capacidad financiera, los canales de distribución, el avance tecnológico y la visión estratégica que poseen las grandes compañías.

Es así como la sinergia y retroalimentación de los participantes contribuye a mejorar y perfeccionar el desarrollo de los Negocios Inclusivos. Desde esta perspectiva, es propicio generar espacios de reflexión, promover el análisis e intercambio de información entre los actores involucrados; y establecer un marco normativo capaz de garantizar el buen funcionamiento del trabajo en conjunto.

A lo largo del presente capítulo se abordaron los Negocios Inclusivos, describiendo la importancia del sector privado en su puesta en marcha, en conjunto con otras organizaciones. En el siguiente apartado, se analiza la situación actual de dicho modelo de negocio en Argentina.

IV. DESARROLLO DE LOS NEGOCIOS INCLUSIVOS EN ARGENTINA.

Uno de los grandes desafíos actuales, consiste en gestionar responsablemente la cadena de valor, entendida como un factor clave que permite a las empresas mejorar su competitividad, prevenir riesgos y desarrollarse sustentablemente. La temática ha tomado el centro de la escena pública frente a casos como el de Nike en 1996¹⁴; y por ende, se vuelve una cuestión imprescindible a tratar por las empresas. Entre las acciones de RSE dirigidas a la cadena de suministro se ubican los Negocios Inclusivos, a partir de los cuales, el sector privado tiene la posibilidad de incorporar al mercado formal colectivos en situación de vulnerabilidad.

En el presente apartado se ofrece, en primera instancia, un panorama conforme a la importancia otorgada a la gestión responsable de la cadena de valor en Argentina. Con tal motivo, se exponen los resultados arrojados por la investigación *RSE y Cadena de Valor* (2013) lanzada por ComunicaRSE. Dicha situación, constituye el puntapié inicial para adentrarse en el análisis del estado de los Negocios Inclusivos en Argentina; en función del material disponible. Es preciso destacar que si bien existen informes y publicaciones sobre prácticas y casos realizados en Argentina, estos son parciales, o bien no tienen un gran desarrollo. El único trabajo que aborda los Negocios Inclusivos nacionales de manera integral, es la

¹⁴ En 1996, la compañía de calzado Nike recibe graves acusaciones luego de comprobarse las malas condiciones de trabajo en alguno de sus proveedores de Asia.

investigación desarrollada por el Espacio de Negocios Inclusivos de la Universidad Torcuato Di Tella (ENI Di Tella). Por su extensión, el proyecto se divide en dos partes: la primera (realizada entre 2012-2013) está dirigida a microempresas y PyMEs bajo el título *Primer Relevamiento de Actores de los Negocios Inclusivos en Argentina*. La segunda (desarrollada entre 2013-2014) apunta a las grandes empresas. Sin embargo, aún no se encuentra disponible.

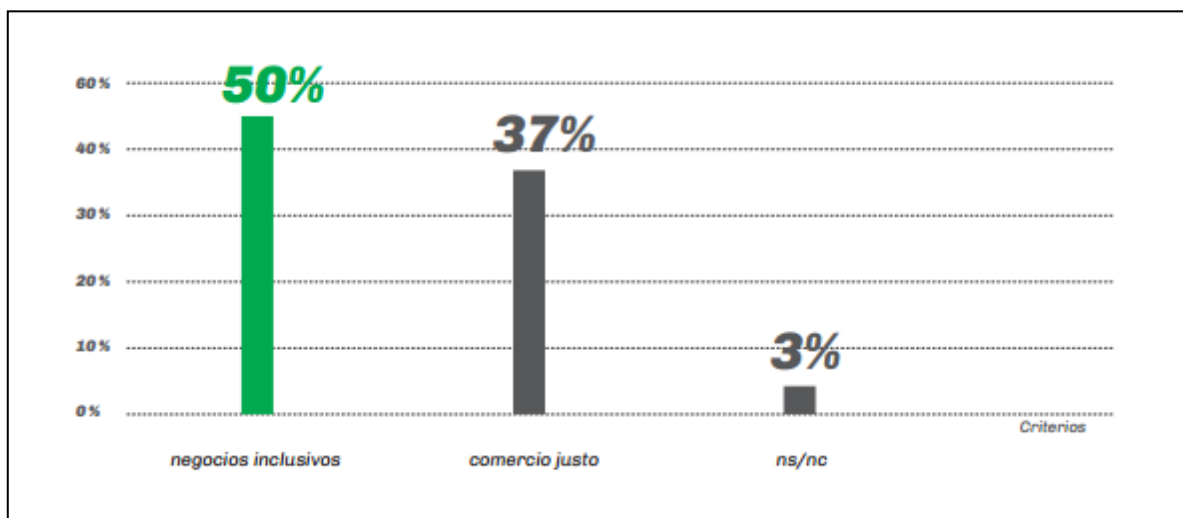
Ante la falta de estudios similares para las compañías de gran magnitud, se tienen en cuenta los datos ofrecidos por la publicación *Negocios Inclusivos. Casos de Buenas Prácticas Nacionales* del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) en conjunto con la fundación Avina, en 2009. Dicho reporte tiene por universo de estudio a las grandes empresas que operan en el país.

IV.1. La importancia de gestionar responsablemente la cadena de valor en Argentina.

La RSE es considerada en Argentina una cuestión estratégica en la cadena de valor, tal como expone la investigación efectuada por ComunicaRSE (2013). Y por tanto, constituye un tema clave en las agendas futuras del sector privado argentino. Frente a este escenario, las compañías han comenzado a generar oportunidades entre los actores de la cadena.

Respecto a las acciones dirigidas a la cadena de suministro, el estudio de ComunicaRSE (2013) demuestra que en Argentina, los Negocios Inclusivos se desarrollan en mayor proporción que el Comercio Justo (ver Gráfico 2). Este último es definido por ENI Di Tella (2013) como una forma alternativa de comercio que promueve una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores. Entre sus objetivos se destacan: garantizar un salario adecuado, mejorar las condiciones de seguridad e higiene en el lugar de trabajo y promover la igualdad de oportunidades.

Gráfico 2: Acciones de RSE dirigidas a la cadena de valor.



Fuente: ComunicaRSE (2013), *RSE y Cadena de Valor*.

La principal diferencia entre los Negocios Inclusivos y el Comercio Justo, reside en que los primeros no sólo garantizan y promueven condiciones dignas de trabajo para sus colaboradores; sino que además los incorporan a las cadenas de valor de las compañías.

Así, el sector privado argentino apuesta -en mayor medida- por aquellas iniciativas que contribuyen a mejorar la calidad de vida de los sectores vulnerables, teniendo en cuenta las dimensiones: económica, social y medioambiental.

No obstante, ambas iniciativas (Negocios Inclusivos y Comercio Justo) representan una gran oportunidad para que las compañías contribuyan al desarrollo socio-económico regional, a partir de la contratación de mano de obra local; es decir, emprendedores o pequeños productores localizados en las comunidades aledañas a la organización.

En Argentina, la contratación de proveedores locales es significativa (ComunicaRSE, 2013); lo que demuestra que la gestión de sustentabilidad a través de los grupos de interés está cobrando mayor relevancia en las empresas del país. En este aspecto, la compañía Arcor representa un gran ejemplo, puesto que en el 2013, el 95% de sus contrataciones correspondieron a proveedores locales (IARSE y AVINA, 2009).

Frente a este panorama, ENI Di Tella (2013) agrega que no todas las acciones de inclusión social llevadas a cabo por el sector privado responden a una decisión estratégica o política deliberada. Las actuales restricciones al comercio exterior dentro de Argentina, influyen significativamente a la hora de impulsar la mano de obra local.

El desarrollo de proveedores locales implica la transferencia -por parte de las compañías- de recursos como capacitación, asistencia técnica, tecnología, financiamiento, entre otros. Dicho traspaso constituye una

práctica extendida en Argentina, siendo las vinculadas al conocimiento y el aprendizaje, las modalidades más utilizadas por el sector privado (ComunicaRSE, 2013). Esto representa un beneficio para la población de bajos ingresos implicada en los Negocios Inclusivos, ya que contribuye a mejorar su eficiencia productiva; tal como fue expresado en el capítulo anterior.

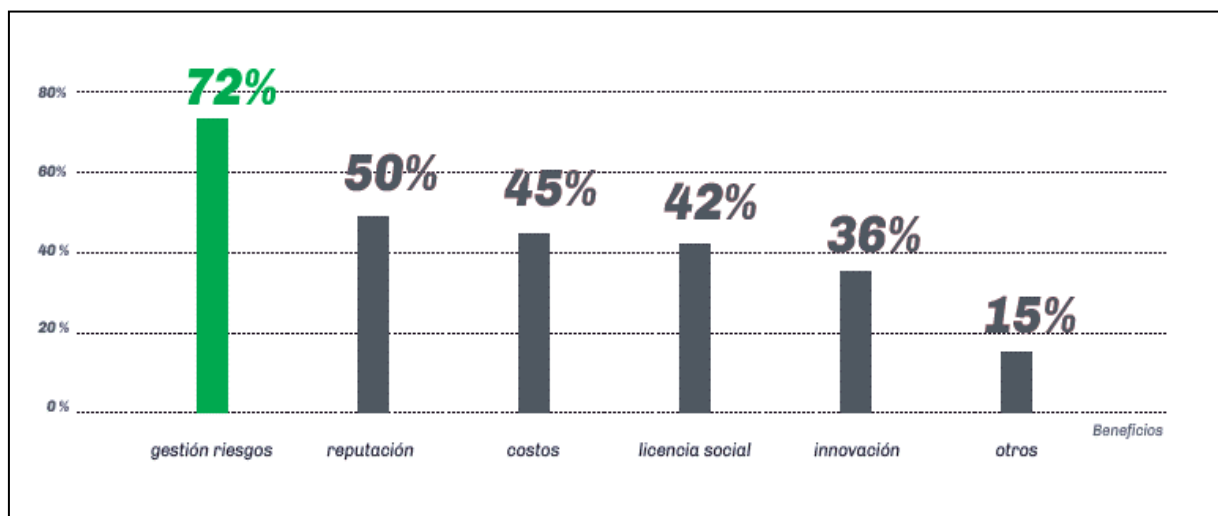
En el trabajo con proveedores, asimismo, las compañías establecen alianzas con otras organizaciones de diversos sectores. Y en este punto, es preciso señalar que en Argentina, la mayoría de las empresas recurren a ONGs por su conocimiento y experiencia directa con la base de la pirámide. Le siguen las empresas, el Estado, la Academia y los Organismos Internacionales especializados en el tema (ComunicaRSE, 2013).

En cuanto a la formalidad que las compañías le otorgan a los Negocios Inclusivos y al Comercio Justo, ComunicaRSE (2013) revela que *“predominan los casos que se dan en el marco de una política o programa (72%), mientras que quienes lo hacen de manera puntual al momento de detectar necesidades y posibilidades de asistencia alcanzan el 28%”* (p.28).

En efecto, los Negocios Inclusivos no se presentan como acciones aisladas en la mayoría de los casos nacionales. Por el contrario, corresponden a una decisión deliberada de la empresa que adopta la forma de un programa formal estratégico.

Respecto a los beneficios que implica trabajar responsablemente con la cadena de valor para las compañías del país (ver Gráfico 2), se ubican dos grandes grupos: cuestiones relacionadas a la reputación y gestión de riesgos; y en menor medida, consideraciones estrictamente vinculadas al negocio, tales como: costos, competitividad, innovación, etc (ComunicaRSE, 2013). Bajo esta idea, los riesgos asociados, por ejemplo, a incumplimientos en materia de derechos humanos, constituyen uno de los principales motivos para trabajar la RSE en la cadena de valor.

Gráfico 3: Principales beneficios derivados de fomentar la RSE en la cadena de valor.



Fuente: ComunicaRSE (2013), *RSE y Cadena de Valor*.

Cada vez son más las compañías en Argentina que incluyen indicadores de RSE a la gestión de su cadena de valor; a través de los Negocios Inclusivos. Se trata, en suma, de que sea más sustentable en todos sus eslabones.

A continuación, se analiza la situación actual de dicho modelo de negocio en el país; destacando las características presentes en la mayoría de los casos.

IV.2. Situación actual de los Negocios Inclusivos en Argentina.

En Argentina, el concepto de Negocio Inclusivo aún es incipiente en la órbita de las empresas. No obstante, ya son varias las pequeñas, medianas y grandes compañías que han emprendido el desafío de contribuir a la base de la pirámide, sin descuidar la dimensión económica de la actividad comercial.

El trabajo desarrollado por la Universidad Torcuato Di Tella, relevó 76 Negocios Inclusivos nacionales; los cuales forman parte de una pequeña red de actores que aportan conocimiento, asesoría, financiamiento, coordinación, etc. En dicho ecosistema organizacional, fueron identificados dos desarrolladores/aceleradoras (Njambre y NeSst), tres inversores (Equitas Ventures, Fondo Aveti y Fraternal) y cinco universidades nacionales (UADE, UB, UP, UdeSA y UTDT). Entre las empresas más destacadas, encontramos al Grupo Arcor, Manpower, Levi's, Cemento Minetti, La Marchigiana, Farmacias del Centro, Tramando y Los Grobo.

Consecuentemente, son detallados los criterios utilizados por la Universidad Torcuato Di Tella (2013) para seleccionar los Negocios Inclusivos comprendidos en el relevamiento; que a su vez, son coincidentes con la concepción que se tiene en el presente trabajo, sobre dicho modelo de negocio. A saber:

- Los negocios deben contener una misión social y económica. Ambas partes (empresa y grupos sociales) deben verse beneficiadas.
- En tales iniciativas, las empresas deben generar un vínculo directo con las personas en situación de vulnerabilidad, a través de la oferta de bienes y/o servicios; o de su inclusión en la cadena de valor.
- Los negocios deben ser económicamente autosustentables, si bien en su fase inicial pueden recibir prestaciones del sector privado, deben generar ingresos para que en el corto-mediano plazo puedan alcanzar el punto de equilibrio.
- En caso de ser negocios con subsidio estatal, éste no puede ser superior al 30%.
- Los Negocios Inclusivos no deben dañar el medioambiente. Aunque su contribución al mismo no es excluyente.

La mayoría de los Negocios Inclusivos nacionales pertenecen al sector textil. Le sigue medioambiente, agricultura-ganadería, artesanías, gastronomía y servicios financieros (ENI Di Tella, 2013).

Entre los emprendimientos más destacados del rubro textil, encontramos el caso Levi's abordado por IARSE y Avina (2009). La fundación de la prestigiosa marca de indumentaria, comenzó a trabajar con la organización civil Otro Mercado al Sur (encargada de articular productores de algodón pertenecientes a diversas cooperativas) en el proyecto Cadena Textil Solidaria. Para el 2008, la compañía lanzó su primera campaña Eco, de la que participaron pequeños productores de bajos recursos pertenecientes a las cooperativas Agroecológica del Litoral y Textiles Pigüé. Además del aspecto económico y social, dicho proyecto contempla la dimensión medioambiental, puesto que el algodón utilizado en la fabricación de sus remeras no contiene pesticidas e insecticidas.

Además de generar trabajo genuino para las personas de bajos recursos, Levi's permitió que los pequeños productores aprendan a trabajar bajo requisitos de calidad, con métodos definidos y a gran escala. Esto aumenta las posibilidades de que tales actores se vuelvan atractivos para otras empresas interesadas en llevar a cabo el modelo de Negocios Inclusivos.

Tal como demuestra ENI Di Tella (2013), el 69% de los destinatarios de las prácticas relevadas corresponde a grupos excluidos (personas de bajos ingresos, minorías, inmigrantes, etc); el 31% a las mujeres, el 21% a personas con discapacidad, mientras que el 12% a niños y adolescentes. En conjunto, se trata de colectivos en situación de vulnerabilidad.

En relación a la cantidad de personas impactadas, la mayor parte de las iniciativas implementadas en Argentina, favorecen a una pequeña porción de su población objetivo. En este sentido, los Negocios Inclusivos que ofrecen productos y servicios logran expandirse a una mayor cantidad de individuos, en relación a los que integran a los sectores vulnerables a su cadena de valor. Este es el caso de la compañía Viró SRL (ubicada en la provincia de Córdoba) dedicada a la organización de eventos. Con el objetivo de contribuir al desarrollo de la localidad de Agua de Oro; incorporó de forma permanente, a diez jóvenes de bajos recursos encargados del mantenimiento de los salones de fiesta. Asimismo, emplea treinta mozos y ayudantes de cocina para cada celebración.

En su mayoría, las compañías incorporan a los sectores de bajos ingresos a su cadena de valor como proveedores y distribuidores. Sólo una pequeña parte de los negocios los incluye como consumidores. Y entre los negocios que brindan bienes y/o servicios identificados por el estudio de ENI Di Tella; la mayoría ofrece microcréditos. Otros, en cambio, comercializan alimentos, tecnología, servicios médicos, etc. Sin embargo, “las empresas todavía los trabajan de una manera incipiente y con poco volumen, generalmente restringido a una gama pequeña de productos y servicios” (ComunicaRSE, 2013:21).

Respecto al cuidado del medioambiente, la investigación de ENI Di Tella (2013) revela que el 67% de los proyectos demuestran haber logrado algún impacto positivo (conservación de recursos naturales, prevención de contaminación y desperdicios, conservación de la biodiversidad, uso eficiente del agua, entre otros). Mientras que el 33% restante no contribuyó al mismo.

En 2005, la empresa agroindustrial Los Grobo, por ejemplo, comenzó a tratar los residuos plásticos generados por su propia actividad, a través del Programa de Gestión de Residuos Agrícola. Con tal objetivo, la compañía contrató a tres pequeñas compañías locales cercanas al campo de su operación, con ayuda de otros actores como: la Cámara de Sanidad Agropecuaria y Fertilizantes (CASAFE); y el Organismo Provincial de Desarrollo Sustentable (OPDS).

En cuanto a los riesgos presentes en la mayoría de los Negocios Inclusivos en Argentina relevados tanto por ENI Di Tella (2013) como por Avina y el IARSE (2009), se identifican las siguientes situaciones:

- Los tiempos manejados por los actores vulnerables en la entrega de productos y/o servicios; muchas veces no concuerdan con los del sector privado. Por ello, es necesario establecer previamente los resultados esperados a lo largo del proyecto. Así, las compañías deben colaborar con la población involucrada, para que gradualmente cumplan sus expectativas.
- La brecha entre las capacidades e información de las comunidades de bajos ingresos y las exigencias del mercado formal, dificultan el desarrollo de los Negocios Inclusivos. El tiempo invertido por las compañías para que tales proyectos alcance su punto de equilibrio, es en estos casos, aún mayor.

- Carencia de tecnología adecuada, y de conocimientos administrativos y financieros por parte de las personas de bajos recursos.
- La cultura de la informalidad de los pequeños productores o emprendedores, muchas veces dificulta su involucramiento en proyectos de mediano y largo plazo. Esto se debe principalmente, a que están acostumbrados a una economía de subsistencia, donde su expectativa y visión es corta.
- Incapacidad de las iniciativas para alcanzar la sostenibilidad económica a largo plazo. Lo que a su vez impide la escalabilidad del negocio.
- Falta de apoyo gubernamental en temas legales y fiscales.
- Ausencia de indicadores para medir el impacto social. Estos son importantes no sólo para desarrollar estrategias y corregir los cursos de acción de tales emprendimientos, sino también “para que los inversores tengan cierta confianza sobre el retorno social que sus inversiones pueden lograr, más allá de los indicadores financieros” (ENI Di Tella, 2013:75).
- Conseguir entidades de financiamiento adecuadas. Son pocas las instituciones financieras dispuestas a entregar créditos sin contar, en muchos casos, con garantías hipotecarias sólidas.

No obstante, son más los éxitos que los fracasos registrados a nivel nacional por ENI Di Tella (2013); los cuales traen aparejados beneficios para las empresas como: a) mejora del abastecimiento de materia prima en términos de volumen y calidad; b) reducción de costos y aumento de eficiencia en la cadena productiva; d) desarrollo de nuevos canales de comercialización y distribución que han permitido ingresar a nuevos mercados comerciales.

Los datos recogidos de las investigaciones descritas con anterioridad, ofrecen un escenario prometedor para el desarrollo de los Negocios Inclusivos en Argentina. Aunque todavía incipientes; cada vez son más las compañías que deciden sumarse a este tipo de iniciativas sociales; invirtiendo recursos para obtener resultados beneficios para todos los actores involucrados, así como para la sociedad en su totalidad. A partir de los Negocios Inclusivos, la RSE ya no es percibida como un gasto, sino como una inversión a largo plazo.

V. CONCLUSIÓN.

El interés por las consecuencias económicas, sociales y medioambientales del comportamiento de una organización, se ha incrementado en las últimas décadas. Las sociedades demandan compañías más transparentes y responsables que contribuyan a las principales problemáticas globales, como la pobreza. En este sentido, Scheinsohn (2011) sugiere que la empresa ya no puede instituirse como un actor alejado de la vida comunitaria. Generar ganancias, producir bienes/servicios y desarrollar puestos de trabajo, es condición

necesaria pero no suficiente. Decodificar el mundo solamente en términos económicos, ya no es posible. Ha llegado el momento de mirar por el espejo retrovisor, a efectos de promover un crecimiento económico sostenido que favorezca el desarrollo local y el cuidado ambiental.

La Responsabilidad Social Empresaria ha evolucionado, impulsando nuevas acciones y programas, capaces de crear oportunidades en marcos de exclusión social. Cada vez más cerca de la estrategia productiva y comercial de las compañías; contribuye a lograr un desarrollo sustentable. Conceptos como: base de la pirámide, triple línea de resultado, valor compartido y cadena de valor; adquieren mayor relevancia en las decisiones de negocio. Atrás parecen haber quedado, aquellas apreciaciones acerca de la RSE como algo coyuntural, y por ende, pasajero. Hoy, dicho modelo de gestión se presenta renovado y con intenciones de incorporar las preocupaciones del entorno a la estrategia de negocio de las compañías.

Así, los Negocios Inclusivos irrumpen en el escenario actual como una instancia superadora de las tradicionales iniciativas desarrolladas en el marco de la RSE: la filantropía, la inversión social y la inversión social estratégica. A diferencia de estas tres últimas acciones, los Negocios Inclusivos constituyen una solución duradera y autosustentable para mejorar la situación de las comunidades vulnerables; tal como se observó en el primer capítulo del trabajo. Esto se debe a que no dependen de las contribuciones realizadas por el sector público, privado o civil para prevalecer en el tiempo. Por el contrario, generan valor económico y social tanto para la empresa como para las personas involucradas; a partir de las fuerzas del mercado. En consecuencia, dicho modelo de negocio no está sujeto (de forma directa) a las restricciones presupuestarias realizadas por la empresa, frente a situaciones económicas adversas.

Por tanto, los Negocios Inclusivos representan una gran oportunidad para ayudar a los sectores más desfavorecidos a mejorar su calidad de vida; puesto que no sólo ofrecen capacitación, herramientas técnicas/tecnológicas o financiamiento. Además, aseguran un mercado para los productos y servicios desarrollados por la base de la pirámide. Así, los sujetos en vez de esperar pasivamente prestaciones de diversas instituciones, procuran generar sus propios ingresos a través del trabajo genuino; aumentando de esta forma, su poder adquisitivo. Consecuentemente, dicho incremento permite que los grupos vulnerables se vuelvan consumidores de la empresa; lo que significa una ventaja competitiva para la misma.

A lo largo del presente trabajo, fue posible observar cómo los Negocios Inclusivos impulsan el desarrollo local; integrando las comunidades de bajos recursos a la economía formal. Si bien algunos autores como González y Lozano (2010) son un tanto escépticos respecto al desarrollo y expansión de los Negocios Inclusivos, coinciden en que representan un avance significativo en la superación de la pobreza.

En este sentido, es de suma importancia destacar las ventajas y beneficios generados por dicho modelo de negocio. En relación al sector privado, los Negocios Inclusivos contribuyen a la diversificación de productos, expansión de mercados y fortalecimiento de la cadena de valor, entre otros puntos. Asimismo, permiten que las comunidades vulnerables adquieran conocimiento, experiencia, tecnología, empleo,

microcréditos, etc. En conjunto, mejoran la productividad y la fuerza de trabajo a largo plazo; lo que representa una oportunidad para romper con el círculo de la pobreza. De esta forma, se deduce que los Negocios Inclusivos generan efectivamente ventajas competitivas para los sectores involucrados, tal como se plantea en el problema de investigación. Dicha aseveración es comprobable a través de los datos y resultados compartidos en el trabajo.

Pese a la existencia de ciertos obstáculos que dificultan la puesta en marcha de este innovador modelo de negocio, muchas compañías argentinas han podido llevarlos a cabo de manera exitosa, como: Arcor, Gas Fenosa, Levi's, Manpower y Grupo Los Grobo.

Los datos recogidos en el último capítulo a partir de las investigaciones descriptas, ofrecen un escenario prometedor para la implementación de Negocios Inclusivos en Argentina. Tal como señala Gonzalo Roqué (2012), si bien en el país aún no se han desarrollado un gran número de Negocios Inclusivos, tal como sucede en otros países de la región como Colombia; los que se implementaron han logrado mantenerse en el tiempo y volverse replicables. A su vez, la mayor parte de los Negocios Inclusivos se encuentran en desarrollo e implementación. No obstante, hay experiencias que van marcando un camino en la consolidación de este modelo de negocio, que vale la pena rescatar.

Aunque el campo de los Negocios Inclusivos es incipiente en el país, resulta alentador observar cómo empieza a surgir un ecosistema organizacional que incluye diversos actores de apoyo, tales como: inversores; universidades; organizaciones de la sociedad civil; organismos nacionales e internacionales vinculados a la temática; etc. Bajo esta idea, ENI Di Tella (2013) expone: *“para aquellos emprendedores, académicos, gobernantes, ejecutivos y estudiantes adentrándose en la temática, el ecosistema de los Negocios Inclusivos en la Argentina existe, es “inclusivo”, es completo y está en crecimiento”* (p.75).

Por su parte, es preciso destacar que más allá de los diferentes formatos que puedan adoptar los Negocios Inclusivos, de acuerdo al rol que desempeñen los sujetos en la cadena de valor de una compañía, todos ellos reúnen ciertas características. Entre ellas se destacan: ser autosustentables, social y ambientalmente responsables; mejorar la calidad de vida de la población vulnerable; considerar a los sujetos como aliados estratégicos.

Al mismo tiempo, se ha podido evidenciar la importancia de crear sinergia entre el sector público, privado y civil al momento de desarrollar tales negocios; capitalizando las experiencias y los casos anteriores. Además, es conveniente generar espacios de reflexión e intercambio de información, como lo viene haciendo la Universidad Torcuato Di Tella; con el objetivo de crear un marco institucional adecuado para el desarrollo de los Negocios Inclusivos.

Si bien el presente trabajo está enfocado en el sector privado, son imprescindibles aquellas organizaciones sociales de promoción y desarrollo. Esto se debe, principalmente, a que cuentan con el conocimiento y la experiencia necesaria para articular el mundo empresarial con la base de la pirámide. El

papel de tales conectores es especialmente importante durante las primeras fases de los Negocios Inclusivos; ya que informan, generan confianza, apoyan la creación de alianzas entre diversos participantes.

En función del análisis realizado sobre el objeto de estudio, se ofrecen una serie de recomendaciones tendientes a mejorar y perfeccionar este modelo de negocio. A saber:

- Desarrollar políticas públicas que fomenten e impulsen la participación de las empresas en los Negocios Inclusivos.
- Motivar aún más, la creación y difusión de información sobre las buenas prácticas y sus beneficios, a través de publicaciones, conferencias y encuentros que reconozcan públicamente a todas aquellas empresas que están generando oportunidades para las comunidades desfavorecidas. Esto incentiva a otras compañías desconocedoras del tema, a incursionar en el campo de los Negocios Inclusivos.
- Promover a nivel nacional la cofinanciación de este modelo de negocio; permitiendo que el sector privado comparta los riesgos de inversión con otras organizaciones. De esta forma, más compañías (en especial las pequeñas y medianas) se animarían a embarcarse en tales proyectos, al saber que no están solas. El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) constituye un claro ejemplo de entidad financiera que ofrece incentivos económicos a las compañías que deseen llevar a cabo Negocios Inclusivos, a través de su Programa de Empresariado Social (PES).

Finalmente, es posible concluir dicho trabajo con diversos interrogantes que den inicio a nuevos estudios. ¿Las personas a las que van dirigidas los Negocios Inclusivos deben reunir un mínimo de capacidades o características determinadas? ¿Es factible hablar de población de bajos recursos/ingresos, base de la pirámide y sectores vulnerables indistintamente sin hacer una aclaración previa, tal como se observa en la mayoría de los estudios e investigaciones sobre la temática? ¿Es posible afirmar que estamos frente a un nuevo paradigma empresarial?

VI. BIBLIOGRAFÍA.

- Balaguer, Rosario; Fernández, María Ángel; Muñoz, María Jesús (2007). *La Responsabilidad Social de la Empresa. Relaciones entre la performance social, financiera y bursátil*. Valencia: Generalitat.
- Banco Mundial (2012). *Informe sobre el desarrollo mundial 2013. Panorama general: Empleo*. Washington, DC: Banco Mundial.
- Bruni Celli, Josefina (2010). *La Responsabilidad Social Empresarial: un constructor social*. En Guédez, Víctor (Compilador), *Responsabilidad Social Empresarial. Visiones complementarias: hacia un modelaje social*. Venezuela: Venamcham.
- Bruni Celli, Josefina; González, Amelia; Lozano, Gerardo (2010). *Iniciativas de mercado de grandes empresas con sectores de bajos ingresos*. En Márquez, Reficco y Berger (Ed), *Negocios Inclusivos: Iniciativas de mercado con los pobres de Iberoamérica*. Colombia: Amaral.
- Cañeque, Fernando; Lariu, Alice; Mutis, Juliana; Sánchez, Pablo (2009). *Desarrollo de negocios en los países de bajos ingresos. Crecimiento empresarial y creación de valor*. Recuperado de: http://comunicarseweb.com.ar/download.php?tipo=acrobat&view=1&dato=1302127249_Catedra-Mango-Documento-de-trabajo-Negocios-Inclusivos-BDP.pdf [Acceso el 20 de mayo de 2014]
- Cavia, Manuel (2013). *La Responsabilidad Social Empresaria en el discurso de diferentes instituciones y actores sociales*. Entre Ríos: Fundación La Hendija.
- Comisión de la Comunidades Europeas (2001). *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Recuperado de: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366&from=ES> [Acceso el 13 de junio de 2014]
- Leidi, Pablo; Langlois, Alejandro; Sema, María Julia (2012). *Encuesta a líderes de opinión*. Buenos Aires: ComunicaRSE
- Leidi, Pablo; Langlois, Alejandro; Sema, María Julia (2013). *RSE y Cadena de Valor*. Buenos Aires: ComunicaRSE.
- Díaz de Feliciano, Marsha (2010). *La Responsabilidad Social Empresarial: un constructo social*. En Guédez, Víctor (Ed), *Responsabilidad Social Empresarial. Visiones complementarias: hacia un modelaje social*. Venezuela: Venamcham.

- Hevia, Antonio (2002). Desde el “desarrollo sustentable” hacia sociedades sustentables. En Blejmar, Bernardo (Ed), *Liderazgo y desarrollo sustentable*. Buenos Aires: Manantial.
- IARSE (2007). RSE e Inclusión Económica y Social. Cómo las empresas pueden crear alternativas de inclusión económica y social para los emprendimientos productivos de base social. Córdoba: IARSE.
- IARSE y AVINA (2009). Negocios Inclusivos. Casos de buenas prácticas, 1ª edición. Córdoba: IARSE.
- Kliksberg, Bernardo (2013). Ética para empresarios. Porqué las empresas y los países ganan con la Responsabilidad Social Empresarial. Buenos Aires: Ediciones Ética y Economía.
- Licandro, Oscar; Echeverrianza, María Paz (2006). Reflexiones metodológicas para el desarrollo de proyectos productivos asistidos. Montevideo: Trilce.
- Licandro, Oscar; Pardo, Lucía (2013). Experiencias de Negocios Inclusivos en Uruguay. Recuperado de <http://www.cempre.org.uy/docs/biblioteca/negocios%20inclusivos%20licandro%20pardo.pdf>
[Acceso el 20 de junio de 2014]
- Machado de Acedo, Clemy (2010). La Responsabilidad Social Empresarial y alianzas trisectoriales. En Guédez, Víctor (Ed), *Responsabilidad Social Empresarial. Visiones complementarias: hacia un modelaje social*. Venezuela: Venamcham.
- Norma Internacional ISO 26.000 (2010). Descubriendo ISO 26.000. Recuperado de: http://www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf [Acceso el 20 de junio de 2014]
- Porter, Michael; Kramer, Mark (2006). Estrategia y sociedad. Harvard Business Review. America Latina. Recuperado de: <http://www.slideshare.net/velugarcete/rse-estrategiaysociedadporterykramer>
[Acceso el 10 de mayo de 2014]

- Reffico, Ezequiel; Vernis, Alfred (2010). Ecosistemas organizacionales para fortalecer los negocios inclusivos. En Márquez, Reficco y Berger (Ed), *Negocios Inclusivos. Iniciativas de mercado con los pobres de Iberoamérica*. Colombia: Amaral.
- Schuster, Samantha (2014). Una década de RSE: de un avance innegable a lo mucho que queda por hacer. *Futuro Sustentable* (56), p.20-26.
- SNV y WBCSD (2010). *Negocios Inclusivos: creando valor en América Latina*. Recuperado de: <http://www.snvworld.org/es/publications/negocios-inclusivos-creando-valor-en-america-latina> [Acceso el 28 de mayo de 2014]
- Vargas, Mireyra (2010). La sustentabilidad como fundamento del compromiso social de las empresas. En Guédez, Víctor (Ed), *Responsabilidad Social Empresarial. Visiones complementarias: hacia un modelaje social*. Venezuela: Venamcham.
- Vives, Antonio; Peinado-Vara, Estrella (2011). *RSE: La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina*. Washington, DC: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Rey Lennon, Federico; Bartoli, Piñero (2008). *Reflexiones sobre el management de la comunicación*. Buenos Aires: La Crujía.
- Roqué, Gonzalo (2012). *Desarrollo y Negocios Inclusivos*. Suplemento *Gestión Sustentable*, 6, p.10-14.
- Scheinsohn, Daniel (2011). *El poder y la acción a través de la Comunicación Estratégica: cómo mover los hilos para que las cosas sucedan*. Buenos Aires: Granica.

CAPÍTULO III.

“LA ÉTICA COMO PARADIGMA PARA LAS EMPRESAS EN LA ERA DIGITAL”.

Matías S. NÚÑEZ¹⁵

RESUMEN: La empresa centrada en sí misma (que no debía rendir cuentas a nadie más que sus accionistas) ha evolucionado debido a la presión de amplios sectores sociales de los países centrales bajo la teoría de los “stakeholders”, sin embargo esta doctrina no ha podido desarrollarse con profundidad en los países periféricos.

Las personas y empresas que se preocupen por entender las reglas del nuevo contexto que presenta el siglo XXI seguramente obtendrán una ventaja competitiva en el mercado de la Era Digital.

La generación del milenio vino junto con la revolución digital, el asociativismo y la autogestión pueden ser un espacio para recordar que frente a las crisis la esperanza siempre está en lo nuevo que trae cada generación.

ABSTRACT: The company focused on itself (which was not accountable to anyone but their shareholders) has evolved due to pressure from broad sectors of the central countries under the theory of "stakeholders", however this doctrine has failed to develop with depth in the peripheral countries.

Individuals and companies who care to understand the rules of the new context that presents the XXI century will surely gain a competitive edge in the market of the Digital Era.

Millennials came with the digital revolution, the associative and self-management can be a place to remember that dealing with crises is always hope in the new that brings each generation.

PALABRAS CLAVES: Asociativismo / Autogestión / Era Digital / Generación del milenio / Parte interesada.

KEYWORDS: Associative / Self-management / Digital Era / Millennium –generation / Stakeholders.

¹⁵ Contador Público y Técnico en Cooperativas. FCE – UNLP.
matiasnunez2003@yahoo.com.ar

I. LA ÉTICA EN LA EMPRESA COMO VENTAJA COMPETITIVA.

“Algunas cosas materiales hacen mi vida más disfrutable, muchas otras no... Demasiado frecuentemente una vasta colección de posesiones termina poseyendo a su dueño” Warren Buffett. (KLIKSBERG, 2013: 21).

Warren Buffett es uno de los inversores más exitosos de historia de los Estados Unidos y una de las personas más ricas del planeta. A través de sus diversas lecciones hace notar que la responsabilidad social de la propiedad privada tiene raíces en el pensamiento moral del género humano.

La empresa centrada en sí misma, que no debía rendir cuentas a nadie sino solo a sus accionistas, ha evolucionado debido a la emergencia y presión de amplios sectores sociales de los países centrales y por ello ha evolucionado dando un salto conceptual a una entidad monitoreada bajo la teoría de los “stakeholders”.

Bajo esta doctrina las firmas deben rendir cuentas a todos los involucrados en sus actividades: empleados, consumidores, opinión pública, Gobierno, medios masivos y sociedad civil.

Sin embargo esta doctrina no ha podido desarrollarse con profundidad en los países periféricos dado el bajo poder de los actores involucrados en las empresas multinacionales.

Las sociedades de capital en los países subdesarrollados no están sometidas a las presiones sociales como en los países centrales. Esto podría presumirse que es generado por la falta de poder de una burguesía local que exija inversiones y sustentabilidad en el desarrollo local.

El Foro de Davos 2012, reunió a 2700 de los empresarios más ricos del planeta. Los recibió el fundador y director del Foro Klaus Schwab, con una declaración que habría sonado inaudita cuando se inició, hace 10 años:

“El capitalismo en su forma actual ya no encaja en el mundo. No hemos sabido aprender de las lecciones de las crisis del 2009. Urge una transformación global y debe comenzar con la aplicación de un nuevo sentido de responsabilidad social”. (KLIKSBERG, 2013: 23).

El problema de la obsolescencia conceptual del modelo capitalista a nivel global, nos fuerza a ser “originales”, en el sentido de retomar y repensar las ideas originales sobre la creación de valor y su relación con el sistema monetario que canaliza la inversión.

La creación de valor en una economía está vinculada con el nivel de actividad en la economía real y no con los flujos financieros (como postulan los economistas ortodoxos, que tienen una formación más vinculada con la ingeniería financiera que con la “economía real”).

La economía está vinculada con la creación de activos subyacentes (bienes y servicios) que le dan valor. No con los instrumentos financieros (activos derivados) que dan soporte a la acumulación de capital y especulación financiera.

En países periféricos como la Argentina, es fundamental entender esta circunstancia dado que de no hacerlo, volveríamos a repetir los “resultados no deseados” que produjeron las políticas económicas y monetarias establecidas en la década del 70, ampliada en los 90, que generaron el caldo de cultivo de la inestabilidad social que debemos transitar en nuestros días.

Las sociedades se cimientan en instituciones, y el trabajo humano organizado fue la institución que permitió la supervivencia de la raza humana.

Respecto de la economía podemos formularnos cuatro preguntas básicas:

- 1) ¿Qué producimos?
- 2) ¿Cómo producimos?
- 3) ¿Para quién producimos?
- 4) ¿Cómo distribuimos la riqueza generada por la producción?

En el presente trabajo trataremos de iniciar el debate desde un enfoque no tradicional, necesario y original.

Las personas y empresas que se preocupen por entender las reglas del nuevo contexto que deberemos transitar seguramente obtendrán una ventaja competitiva en el mercado de la Era Digital.

II. LA AUTOGESTIÓN Y EL PROBLEMA DEL EMPLEO EN EL SIGLO XXI.

Los profesionales y las empresas argentinas que pretendan desarrollar su actividad en la era digital deberán ser conscientes de que en los próximos diez años la sociedad deberá transitar más cambios que en los últimos cien.

El primero de agosto del año dos mil quince entró en vigencia el nuevo Código Civil y Comercial de la Nación que da sustento legal a la incorporación en la legislación nacional de fondo a los principales

avances en procesos tecnológicos producidos globalmente en las últimas décadas en materia de información y comunicación.

De esta forma las reglas de la “Era Digital” se introducen en los circuitos comerciales dando lugar a una nueva forma operar e interactuar globalmente.

El desafío para los estudiantes, trabajadores, empresarios y profesionales se agudiza con el ingreso en el nuevo milenio, no solo por parte de la tecnología, sino también por parte de una sociedad que paulatinamente comienza a exigir a las empresas responsabilidad frente al cambio climático a través de la sustentabilidad de sus procesos productivos mediante la utilización de energías renovables y la reconversión tecnológica.

El mundo es cada vez más complejo, por lo que requiere la transparencia y comunicación de normas claras que fomenten procesos amigables con el ambiente y la sociedad.

Cada vez más se observa que la generación del milenio está comprometida con generar un cambio a nivel de consumidores, trabajadores, inversores y muestra una gran disconformidad con la forma de organizar y distribuir la producción.

En este marco destacamos nuevas formas de organizar y controlar los procesos productivos basados en programas de responsabilidad social corporativa que buscan cumplir con estándares internacionales para lograr una certificación que los diferencie y permita posicionar a la empresa desde otra perspectiva a nivel global.

Un claro ejemplo de esta tendencia es la “certificación B” que se diferencia de la certificación ISO en que ésta última sólo certifica la estandarización de un proceso específico y no de un conjunto de procesos, como lo es toda la operación de una empresa.

Según la comunicación en su página web (<http://www.sistemab.org/>) ser parte de la Comunidad Global de Empresas B reporta múltiples beneficios. Los más relevantes son:

1) Movimiento global:

Las Empresas B son líderes de las nuevas fuerzas económicas, logrando inspirar a muchos a sumarse.

2) Protección de Misión:

El propósito de las Empresas B perdura en el tiempo, al protegerse legalmente.

3) Mejora Continua:

La certificación es una herramienta de mejora continua, que permite que las Empresas B aumenten su impacto positivo de manera permanente.

4) Acceso a Inversionistas:

Las Empresas B son tremendamente atractivas para los inversionistas de impacto, una nueva clase de inversionista que invierte en empresas rentables, pero de alto impacto social y ambiental.

5) Acceso a nuevos Clientes:

Las Empresas B se integran a la cadena de valor de grandes Empresas y además se asocian comercialmente con otras Empresas B.

6) Atraen Talento:

Las Empresas B atraen talentos profesionales que buscan trabajar en Empresas con un propósito.

7) Posicionamiento:

Las Empresas B se posicionan fuertemente en los medios de comunicación, eventos masivos, foros y seminarios.

8) Ahorro:

Las Empresas B obtienen múltiples beneficios de ahorro otorgados por B Lab y Sistema B, tales como: asesorías probono, descuentos en programas informáticos, entre otros.

www.sistemab.org/espanol/la-empresa-b/porque-ser-una-empresa-b

VERSION BETA / Versão em Português English Version Contacto

La Empresa B | B Corp Comunidad B Movimiento Global B en los Medios Infórmate Sistema B

Por qué ser una Empresa B

Ser parte de la Comunidad Global de Empresas B reporta múltiples beneficios. A continuación te presentamos los más relevantes.

Movimiento global Las Empresas B son líderes de las nuevas fuerzas económicas, logrando inspirar a muchos a sumarse.	Protección de Misión El propósito de las Empresas B perdura en el tiempo, al protegerse legalmente.
Mejora Continua La certificación es una herramienta de mejora continua, que permite que las Empresas B aumenten su impacto positivo de manera permanente.	Acceso a Inversionistas Las Empresas B son tremendamente atractivas para los inversionistas de impacto, una nueva clase de inversionistas que invierte en empresas rentables, pero de alto impacto social y ambiental.
Acceso a nuevos Clientes Las Empresas B se integran a la cadena de valor de grandes Empresas y además se asocian comercialmente con otras Empresas B.	Atraen Talentos Las Empresas B atraen talentos profesionales que buscan trabajar en Empresas con un propósito.
Posicionamiento Las Empresas B se posicionan fuertemente en los medios de comunicación, eventos masivos, foros y seminarios.	Ahorro Las Empresas B obtienen múltiples beneficios de ahorro otorgados por B Lab y Sistema B, tales como: asesorías probono, descuentos en programas informáticos, entre otros.

El primer paso para certificar como una empresa B es completar un cuestionario de aproximadamente 100 preguntas que abarcan cinco áreas de la empresa: gobernanza, modelo de negocios, prácticas ambientales, y laborales y ambientales. La herramienta es gratuita y está disponible online.

Si la intención es certificarse, luego del cuestionario y de verificar el puntaje, es necesario presentar una serie de documentación y superar un proceso de auditoría.

Según estudios el 90% de todas las empresas del mundo son Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs). Son una fuente fundamental de empleo y lo protegen constantemente.

En Argentina en el 2011 habían 1,8 millones de PYMEs, en ellas se desarrollan lazos personales contruidos a través de la confianza y la intimidad.

Para las PYMEs la comunidad no es un tema abstracto, son una solución para el problema del empleo y se tienen un alto grado de autogestión.

Por este motivo en el año 2001 el Diputado Hector T. Polino, en plena crisis económica del año 2001, presentó un proyecto de reforma de la Ley de Concursos y Quiebras N° 24.522 que se plasmó en la Ley N° 26.684 y que da lugar destacado a la participación de los trabajadores en la recuperación de los medios de producción y la fuente laboral en caso de proceso concursal o quiebra.

III. PROPUESTA DE ESPACIO PARA PROMOVER LA AUTOGESTIÓN.

“Dentro de unos cientos de años, cuando la historia de esta época se escriba desde una perspectiva distante, es probable que el acontecimiento más importante para los historiadores no sea la tecnología, ni Internet, ni el comercio electrónico, sino un cambio sin precedentes en la historia de la humanidad. Por primera vez -literalmente- hay muchísimas personas que pueden elegir, y su número crece con rapidez. Por primera vez tendrán que gestionarse a sí mismas. Y la sociedad no está preparada para ello”. Peter Drucker.

Una consecuencia inevitable del avance tecnológico actual es la destrucción de puestos de trabajo que se estructuran en base a tareas rutinarias y estandarizables.

“Lo tecnológico está reconfigurando lo económico, las empresas y los consumidores se transforman. Es algo más que comercio e-lectrónico, o correo e-lectrónico, o transacciones e-lectrónicas, o ficheros e-lectrónicos, es la “e” de economía, es la oportunidad” (GATES, 1999: 99).

En este marco promover desde distintos espacios la autogestión y el asociativismo de estudiantes en formación y profesionales formados por las distintas unidades académicas de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) puede ser una forma de aprovechar el capital humano formado por la misma. Estas organizaciones de profesionales autogestionadas pueden utilizar la tecnología para llevar servicios profesionales a zonas rurales donde no existe un mercado profesional que brinde soluciones productivas y de esta manera promover el desarrollo regional de las economías y generar empleo para ellos mismos (colocación de sus servicios) y fortalecer la actividad de los productores en zonas rurales.

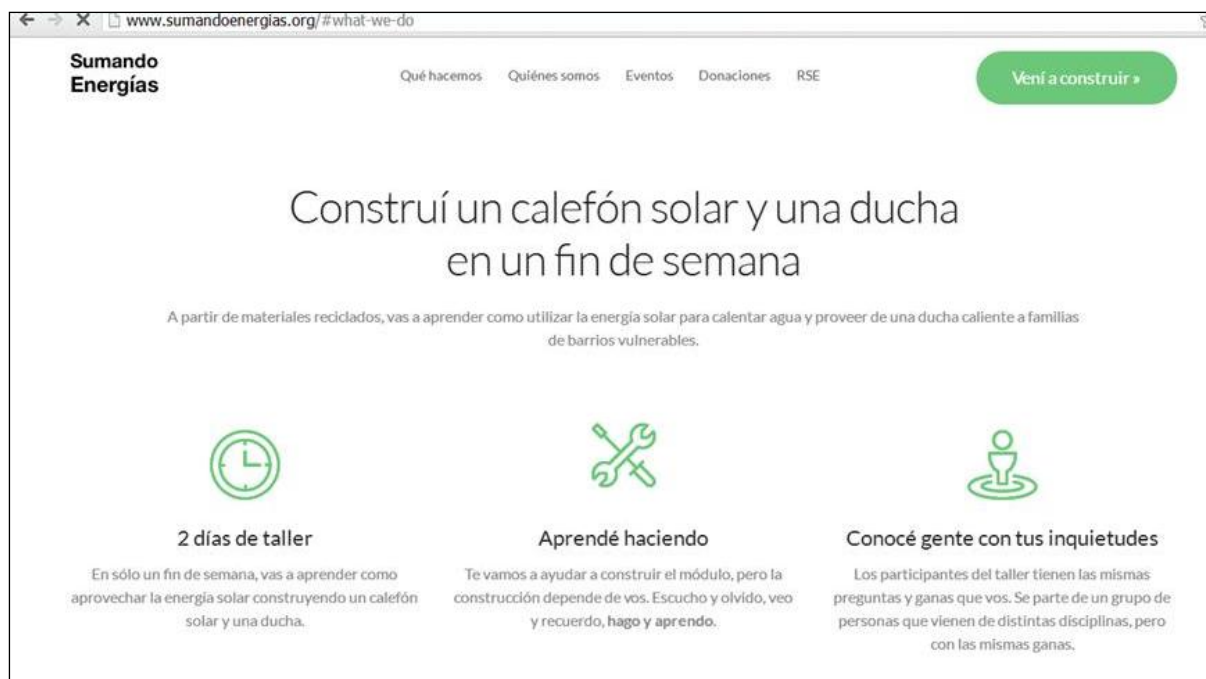
En este marco podemos encontrar un antecedente en el “Programa de Responsabilidad Social Empresaria 2016”, el programa es organizado por la Secretaría de Extensión Universitaria de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNLP.

La actividad cuenta con la presencia de empresarios, docentes y demás interesados en la materia, de la ciudad de La Plata y alrededores y articula talleres gratuitos desde el Proyecto "Buenos días, Buenas prácticas".

Pese a que el objetivo es brindar un servicio de asesoramiento técnico especializado a las organizaciones participantes en los temas relacionados con la responsabilidad social empresaria y la sustentabilidad empresarial, sería deseable incorporar los conocimientos técnicos y aptitudes que podrían brindar otras unidades académicas.

En este marco las organizaciones que se formarían ad-hoc podrían contribuir:

1) Investigando acciones de desarrollo y análisis de eficiencia energética, estudiando la posibilidad de instalar unidades de generación: pequeñas centrales hidroeléctricas, paneles solares y/o biomasa. Un ejemplo que actualmente podemos observar es PI Social, que realizan actividades sociales para que familias humildes puedan acceder al agua caliente a través de la utilización de botellas plásticas para generar un módulo de “ducha+colector solar” (<http://www.sumandoenergias.org/inscribite>).



2) Analizando el impacto de actividades vinculadas con la utilización productiva de espacios físicos ociosos mediante las actividades más adecuadas según el perfil productivo de la economía regional de referencia en vistas del Desarrollo Local.

En este plano la posibilidad del trabajo integrado de los recursos humanos generados por las distintas unidades académicas podrían capitalizar las sinergias de integrar profesionales en un equipo de trabajo interdisciplinario formados bajos el mismo espíritu ético impartido por la UNLP.

IV. PROPUESTA DE ESTRUCTURA ECONÓMICA Y SOCIETARIA PARA LA ASOCIATIVIDAD.

La ética como paradigma en las empresas de la era digital plantea un compromiso real, de aporte de capital humano (tiempo) y financiero.

En este marco pensar en el financiamiento exterior como única vía para el desarrollo de proyectos es un error conceptual de política económica.

Peter Bauer formuló un punto crucial en 1971: *“Si todas las condiciones para el desarrollo, excepto el capital, están presentes, pronto se generará el capital de manera local, o desde el exterior se pondrá a disposición del gobierno o de los negocios privados en términos comerciales, una vez que el capital se ha reunido con base en una recaudación de impuestos mayor o a partir de las ganancias de las empresas.*

Si, no obstante, las condiciones para el desarrollo no están presentes, entonces la ayuda - que en estas circunstancias será la única fuente de capital externo- será necesariamente improductiva y, por lo tanto, ineficaz". (DEATON, 2015: 303).

Argentina requiere desarrollar condiciones de seguridad jurídica y clima de negocios sustentables, para lo cual la tecnología brinda una plataforma de seguridad y transparencia clave.

"Muchos países latinoamericanos vienen desarrollando políticas públicas orientadas a lograr un crecimiento que incluya a todos. Entre ellas políticas agresivas en campos como la inversión en infraestructura, transporte y energía, el fortalecimiento de la pequeña y mediana empresa, la extensión del crédito, programas dinamizadores de empleo; y han aumentado sosteniblemente la inversión en educación, salud, y programas compensatorios". "La empresa privada puede ser un aliado estratégico de dichas políticas, pero se necesita un replanteo de la agenda RSE en la región". (KLIKSBURG, 2013: 179).

En la actividad económica nacional, una problemática recurrente, es la falta de capitales financiero para desarrollar procesos productivos autónomos.

La ley de "sinceramiento fiscal" es una expresión de cómo la burguesía tradicional, no ha dado respuestas al financiamiento del desarrollo local. Es necesario generar un nuevo tipo de burguesía con compromiso con la sociedad local.

En este marco las cooperativas por definición son: *"Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada".*

Las mismas están basadas en principios y valores que las diferencian y que ha demostrado ser eficiente en casi 170 años de historia contribuyendo a transformar al cooperativismo en una de las mayores fuerzas sociales y económicas a nivel mundial.

Las Cooperativas en nuestro país poseen un régimen legal especial establecido en la Ley 20.337 independiente de la Ley de Sociedades Comerciales (LSC), actual Ley General de Sociedades (LGS) y el nuevo CCCN las reconoce con el rango de personas jurídicas privadas en el actual artículo 148 inc. g. Sus principales características están reguladas en el Artículo 2, el cual transcribimos a continuación:

*ARTICULO 2°.- Las cooperativas son entidades fundadas en el **esfuerzo propio y la ayuda mutua** para organizar y prestar servicios, que reúnen los siguientes caracteres:*

1°. Tienen capital variable y duración ilimitada.

2°. No ponen límite estatutario al número de asociados ni al capital.

3°. Conceden un solo voto a cada asociado, cualquiera sea el número de sus cuotas sociales y no otorgan ventaja ni privilegio alguno a los iniciadores, fundadores y consejeros, ni preferencia a parte alguna del capital.

4°. Reconocen un interés limitado a las cuotas sociales, si el estatuto autoriza aplicar excedentes a alguna retribución al capital.

5°. Cuentan con un número mínimo de diez asociados, salvo las excepciones que expresamente admitiera la autoridad de aplicación y lo previsto para las cooperativas de grado superior.

6°. Distribuyen los excedentes en proporción al uso de los servicios sociales, de conformidad con las disposiciones de esta ley, sin perjuicio de lo establecido por el artículo 42 para las cooperativas o secciones de crédito.

7°. No tienen como fin principal ni accesorio la propaganda de ideas políticas, religiosas, de nacionalidad, región o raza, ni imponen condiciones de admisión vinculadas con ellas.

8°. Fomentan la educación cooperativa.

9°. Prevén la integración cooperativa.

10. Prestan servicios a sus asociados y a no asociados en las condiciones que para este último caso establezca la autoridad de aplicación y con sujeción a lo dispuesto en el último párrafo del artículo 42.

11. Limitan la responsabilidad de los asociados al monto de las cuotas sociales suscriptas.

12. Establecen la irrepartibilidad de las reservas sociales y el destino desinteresado del sobrante patrimonial en casos de liquidación.

Son sujeto de derecho con el alcance fijado en esta ley.

Con esta figura asociativa nos aseguramos que los estatutos de la firma regulen un adecuado control y compromiso con la rendición de cuentas a los consumidores locales, trabajadores, inversores y a la comunidad; evitando los efectos negativos de las empresas que no los poseen.

“¿Por qué la rendición de cuentas a los donantes no reemplaza la rendición de cuentas a la población local? Es el pueblo local, no los donantes, quien tiene la experiencia directa de los proyectos en los que se gasta la ayuda y quien está en posición de formarse un juicio. Esos juicios no siempre están bien informados, y siempre habrá un debate interno sobre la causa y el efecto y sobre el valor específico de las actividades del gobierno; pero el proceso político puede mediar estas divergencias normales de puntos de vista”. (DEATON, 2015: 331).

Contribuir con el desarrollo de la industria nacional creando una burguesía local PYME, basada en el esfuerzo propio y la ayuda mutua, podrá generar las sinergias para crear un país con soberanía financiera, lo que es fundamental para lograr un país con soberanía política, que pueda tomar conciencia de sus recursos naturales y humanos para optimizar su uso, cuidado y desarrollo.

Richard Easterlin observó que el ingreso no servía para comprar la felicidad, y que el uso del tiempo, es la variable que explica en gran parte la obtención de la misma. Lo que nos hace felices y más productivos es el tiempo que dedicamos a actividades sociales en las cuales nos sentimos a gusto.

La crisis general se apoderó del mundo moderno en su totalidad y en casi todas sus esferas de la vida; esta se manifiesta distinta en cada país; esta no está aislada, se vincula con lo que pasa en el mundo y pese a que existe una tentación de aislarla, pero no es posible.

En este siglo XXI podemos aceptar que todo lo que sea posible en un país puede ser posible en casi cualquier otro. Los avances tecnológicos disponibles, permiten avanzar en un esquema de jornadas de trabajo reducida, formada por grupos donde la actividad social productiva sea un factor que contribuya a la generación del bienestar y así contribuir al mandato constitucional.

“La educación es el punto en el que decidimos si amamos el mundo lo bastante como para asumir una responsabilidad por él y así salvarlo de la ruina que, de no ser posible por la renovación, de no ser por la llegada de los nuevos y los jóvenes, sería inevitable”. (ARENDDT, 2003: 208).

La generación del milenio vino junto con la revolución digital, en este marco es bueno recordar que nuestra esperanza siempre está en lo nuevo que trae cada generación.

V. PREGUNTAS FINALES.

“La vida es lo que le pasa a uno, mientras uno está ocupado haciendo otros planes” John Lennon. (KLIKSBURG, 2013: 197).

Podemos observar que el tejido social estructurado a partir del capitalismo basado en el sistema monetario fiduciario iniciado en la década del 70 está en crisis: “es la crisis del capital especulativo”.

Para los trabajadores y profesionales, la actividad productiva nos insume gran parte de nuestras vidas, somos parte de un sistema en crisis.

La pregunta es: **¿estamos en crisis como seres humanos?, en caso afirmativo ¿es una crisis económica o una crisis moral?**

Nuestros hábitos determinan nuestras operaciones comerciales. La desconfianza y caos perjudican el crédito y la actividad económica, como así también las relaciones sociales. Como consumidores **¿qué cadena de valor alimentaremos?**

A través de las redes sociales es muy simple coordinar y monitorear las cadenas de valor y tomar decisiones responsables de producción, inversión y de consumo. En todo mercado para que se produzca una transacción debe haber un encuentro entre la oferta y la demanda. Durante el siglo XX el criterio rector de encuentro fue el sistema de precios basado en el sistema monetario, **¿cuál será el sistema rector en la Era Digital?, como Stakeholders o “parte interesada” ¿qué podemos hacer?**

No tengo respuestas para estas preguntas, pero sí una fuerte convicción: **“la crisis trae la oportunidad”**.

VI. BIBLIOGRAFÍA.

a) Impresa en papel.

- ARENDT Hannah (1961), Entre el pasado y el futuro: ocho ejercicios sobre la reflexión política, Segunda Edición (2003), Barcelona, Editorial Península.
- DEATON Angus (2015), El Gran Escape, Primera edición, Argentina, Fondo de Cultura Económica.
- GATES Bill (1999), Los Negocios en la Era Digital, Primera edición, Barcelona, Plaza & Janés Editores.
- KLIKSBURG Bernardo (2013), Ética para empresarios, Cuarta edición, Argentina, Ediciones Ética y Economía
- TELESE Miguel (2014), Cooperativas de Trabajo, Segunda edición, Buenos Aires, Osmar D. Buyatti.

b) Páginas web.

- <http://www.aciamericas.coop/Principios-y-Valores-Cooperativos-4456>

CAPÍTULO IV.

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS ARGENTINAS SOCIALMENTE RESPONSABLES ADHERIDAS AL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Estefanía SOLARI¹⁶

RESUMEN: En el siguiente trabajo se realizó en primer lugar un análisis bibliográfico del concepto Responsabilidad Social Empresaria (RSE), se presentaron algunos de los efectos positivos que surgen de su implementación y del rol que ocupa el Global Reporting Initiative (GRI). Luego se procedió al armado de una base de las empresas adheridas al GRI, que contempló las siguientes variables: tamaño, sector, su nivel de aplicación para la presentación de sus memorias, que coticen o no en la Bolsa de Valores. Del análisis se pudo concluir fundamentalmente que de las empresas adheridas al GRI: tienen mayor participación las grandes empresas y mucha menor participación las pequeñas y medianas (PyMes), por otra parte al momento de presentar las memorias de sustentabilidad la mayoría presentó un nivel de aplicación intermedio (B, B+) o bajo (C, C+), y las pocas que aplicaron a la categoría A fueron en su gran mayoría grandes empresas. Por último es de destacar que este trabajo deja en evidencia para futuras investigaciones la importancia del análisis de los beneficios que implica llevar adelante prácticas de RSE, puesto que está claro que sin un entendimiento claro de los beneficios estratégicos que puede aportar a la empresa es probable que los altos directivos no estén dispuestos a realizar inversiones en prácticas de RSE que contribuirán a un éxito a largo plazo de la empresa.

ABSTRACT: The following work was carried out at first it was appeared a literature review of the concept Corporate Social Responsibility (CSR), some of the positive effects arising from its implementation and after was presented the role occupied by the Global Reporting Initiative (GRI). Then it was proceeded to assembling a base of companies adhering to the GRI, which included the following variables: size, sector, level of application for the presentation of his memoirs, listed or not on the Stock Exchange. From the analysis it was concluded basically that companies adhering to GRI: have greater involvement of big business and much smaller share of small and medium sized enterprises (SMEs), on the other hand when presenting the memories of sustainability most submitted an application level intermediate (B, B +) or low (C, C +), and the few who applied for category A were mostly large companies. Finally it should be noted

¹⁶ Estefanía Solari. Contadora Pública y Licenciada en Administración. Magister en Dirección de Empresas. Docente Investigadora categorizada por la Secretaría de Ciencia y Técnica en el Instituto de Ciencias Administrativas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata (Argentina). Emails: estefania.solari@econo.unlp.edu.ar y estefaniasolari@gmail.com.

La autora reconoce y agradece la colaboración de Gisele Danielli, que ha participado con rigor y constancia en el armado de la base de las empresas argentinas adheridas al GRI.

that this work shows clearly for future research the importance of analysis of the benefits that entails carrying out CSR practices, since it is clear that without a clear understanding of the strategic benefits it can bring to the company is likely that senior managers are not willing to invest in CSR practices that will contribute to long-term success of the company.

PALABRAS CLAVES: Responsabilidad Social Empresaria, GRI, Memorias de Sustentabilidad

KEY WORDS: Corporate Social Responsibility, GRI, Memories of Sustainability

I. MARCO TEÓRICO.

Al momento de definir qué se entiende por Responsabilidad Social Empresaria (RSE) no hay un consenso generalizado, es así como desde distintos ámbitos se han generado definiciones, todas a ser tenidas en cuenta por sus respectivos impactos. Es por tal razón que brevemente, se enunciarán algunos aportes a la definición de RSE efectuados desde las organizaciones de fomento de prácticas de RSE, así como de algunos autores destacados en la temática.

En primer lugar es de destacar el papel que ocupa el Pacto Global (Naciones Unidas), es así como: *“El objetivo del Pacto Mundial es promover el diálogo social para la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita conciliar los intereses empresarios con los valores y el mandato de Naciones Unidas demandados por la sociedad civil, los sindicatos y los gobiernos. Estos valores se traducen en principios universales relacionados con la defensa de los derechos humanos, de los estándares laborales, del medio ambiente y de la lucha contra la corrupción. La iniciativa aspira a que las empresas adhieran a ellos voluntariamente y a que, en forma paulatina, los incorporen a la gestión de los negocios, para que penetren en su cultura organizacional y se conviertan en una guía para vincularse con los diferentes grupos de interés”* (LIARTE-VEJRUP, N., 2015) .

Por otra parte también es importante mencionar la actuación del Instituto ETHOS, el mismo es una asociación de empresas, sin fines de lucro, creada con la misión de movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas a gestionar sus negocios de forma socialmente responsable. El mismo sostiene:

“La responsabilidad social empresarial es la forma de gestión definida a partir de la relación ética y transparente de la empresa con todos los grupos con los cuales ella está relacionada y por el establecimiento de objetivos empresariales compatibles con el desarrollo social sostenible, conservando recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y fomentando la reducción de las desigualdades sociales” (citado por GORROCHATEGUI, N., 2011).

En la Argentina el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE), fue creado a mediados del año 2002 con la misión de “promover y difundir el concepto y la práctica de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) para impulsar el desarrollo sustentable de Argentina, trabajando junto a las empresas a través de redes de información, intercambio de experiencias y colaboración mutua”.

Partiendo de concebir a la Responsabilidad Social Empresaria como modelo de gestión que contempla los impactos económicos, ambientales, éticos y sociales derivados de la actividad empresarial, el Instituto crea valor para las empresas y la sociedad trabajando junto al mundo de los negocios, genera herramientas de gestión y mecanismos de información e intercambio de experiencias. Promueve, además, la colaboración mutua entre las empresas que han decidido hacer de su conducta responsable un valor a partir del cual contribuir a la construcción de una sociedad más justa y sustentable (IARSE, 2014).

Por otra parte, en el ambiente académico muchísimos autores han investigado sobre el tema y dado definición al concepto de RSE. No obstante, la RSE es un concepto sobre cuyo carácter existen todavía no pocas discrepancias, pero que ha ido ganando progresivamente carta de naturaleza al calor de la paulatina centralidad de esa atención integral y equilibrada a los diferentes grupos de interés de la empresa.

Si bien hay diversas definiciones es de destacar la manera en que Izquierdo, J.A.M. (2004) la define como: “*la libre voluntad de la empresa de aportar el mayor valor posible a sus diferentes grupos de interés*”. Una definición aparentemente simple, pero que comporta no pocas implicaciones.

De la misma se desprenden las siguientes ideas:

- Ante todo, la de que se trata de una voluntad no obligada por imperativo legal. Si bien la RSE bien entendida exige un escrupuloso cumplimiento de la ley, las buenas prácticas a que da lugar deben rebasar las exigencias legales (si no, estaríamos ante la simple responsabilidad legal).
- En segundo lugar, la de que esa voluntad de aportación de valor (de utilidad en alguna medida) a cada stakeholder está condicionada por la paralela voluntad de tratar con criterio similar a los restantes. Con lo que sólo es posible entender adecuadamente la RSE desde una perspectiva global y presidida por el reiterado principio de equilibrio.
- Se trata de un principio que conduce a una tercera implicación: esa atención mesurada a todos los grupos de interés supone tomar en consideración todas las dimensiones de la actividad de la empresa (financiera, comercial, jurídica, laboral, etc.).

1.1. Importancia de la aplicación de prácticas de RSE.

Los beneficios de la implementación de RSE por parte de las empresas son muchos y han sido ampliamente estudiados, puesto que no es el objetivo central de esta investigación sólo serán mencionados algunos aspectos.

Desde el punto de vista competitivo una investigación realizada sobre 144 empresas españolas sugieren que la RSE puede aprovecharse como un recurso más de la empresa en tanto que mejora la competitividad de la misma, estando este efecto moderado por el grado de rivalidad competitiva del sector en el que opera (RIVES, L. M., & BAÑÓN, A. R., 2008).

Por otra parte, los argumentos que apuntan a una incidencia positiva de la RSE en la solidez económica de la empresa –aunque pueda no ser ni directa ni inmediata ni absolutamente patente con los estándares contables generalizados- son cada día mayores y más aceptados por una parte considerable de los profesionales de la gestión y de la comunidad científica (IZQUIERDO, J.A.M., 2004). Si bien hay muchas

investigaciones en esta línea podemos mencionar un estudio realizado a empresas mexicanas (ALONSO-ALMEIDA, M. D. M., *et. al.*, 2012), que analiza el impacto en el desempeño financiero de las empresas mexicanas cotizadas que han obtenido el distintivo de empresas socialmente responsables. Los resultados obtenidos muestran que existe una relación positiva entre el desempeño financiero y la obtención de dicho distintivo en las variables financieras ROE y ROA, en las utilidades por acción (UPA) y en el ratio de precio entre valor de libros (P/VL). Es así como la evidencia encontrada proporciona algunas recomendaciones para las empresas mexicanas y los legisladores en este ámbito.

En cuanto a la reputación de las empresas que son socialmente responsables, Minor, Dylan B., and John Morgan (2011) concluyen que la RSE puede mejorar la reputación de las mismas. Esto es demostrado a través de un estudio de caso y un análisis de varios años de respuestas sobre el precio de las acciones de S&P 500 empresas, los mismos encontraron que las empresas con mejores calificaciones de RSE están mejor que aquellos que no lo hacen.

A su vez, como las políticas de RSE están asociadas a una mayor apertura de la empresa hacia sus grupos de interés, es así como la empresa es capaz de desarrollar unas relaciones intensas y diversas con sus grupos de interés y, además, integrar el conocimiento y perspectivas generadas por estas relaciones, estará en mejor disposición de diseñar nuevos productos sostenibles, así como generar un aprendizaje continuo que fomente procesos de innovación alrededor del vector de sostenibilidad (SHARMA Y VREDENBURG, 1998; HART Y SHARMA, 2004 citado por OLCESE, A., 2011).

En relación al ámbito laboral, Manríquez, M. R., *et. al.* (2015), analizando una muestra de 296 empresas mexicanas, a través de tablas de contingencia, encuentra que existe una relación positiva y significativa entre el comportamiento ético y el desempeño empresarial, y entre la calidad laboral y el desempeño empresarial.

De esta manera en los párrafos anteriores se citaron sólo algunos de los beneficios de la aplicación de prácticas de RSE, puesto que de citar la totalidad de la bibliografía sobre el tema habría que hacer un desarrollo mucho más extenso.

1.2. Global Reporting Initiative (GRI).

A finales de la década de los 90, se debatía cómo resolver un problema importante: si bien para la elaboración de memorias financieras de las organizaciones existían una serie de directrices internacionalmente aceptadas, no ocurría lo mismo a la hora de constatar los aspectos económicos, medioambientales y sociales de dichas organizaciones. Algunas de ellas, desde contextos distintos propusieron un conjunto de sistemas de cuantificación y directrices para llevarlo a cabo, concentrándose en cuestiones concretas del ámbito económico, medioambiental o social.

Una coalición liderada por CERES (Coalición para las Economías Medioambientalmente Responsables) y PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente) decidió asumir esta tarea y buscar una solución mediante un proceso intensivo de consultas a empresas, ONGs, expertos y otras instituciones internacionales dedicadas a cuestiones sociales y medioambientales. Partiendo de esta iniciativa, se elaboró la primera versión de la Guía de Global Reporting Initiative en 2000. Ello fue posible gracias a la participación y la dedicación de un gran número de personas y de organizaciones comprometidas en defender la sostenibilidad, la transparencia y la rendición de cuentas. El fruto de esos esfuerzos fue que GRI se convirtió en una organización independiente en el año 2002. Se constituyó con la misión de “*que el proceso de elaboración de memorias de sostenibilidad llegara a ser tan habitual como el de los informes financieros*”, y se erigió además en el garante de la Guía y de su proceso de realización (GRI, 2012).

Es de destacar que la elaboración de memorias de sostenibilidad ayuda a las organizaciones a marcarse objetivos, medir el desempeño y gestionar el cambio con el propósito de que sus operaciones sean más sostenibles. Las memorias de sostenibilidad contienen información sobre la incidencia de las organizaciones, ya sea esta positiva o negativa, en el medio ambiente, la sociedad y la economía. De ese modo, las memorias convierten lo abstracto en tangible y concreto y, por tanto, ayudan a comprender y gestionar las consecuencias que las novedades en materia de sostenibilidad tienen sobre las actividades y la estrategia de cada organización. Acordar a nivel internacional los contenidos y los sistemas de medida favorece la accesibilidad y la comparabilidad de la información que se incluye en las memorias de sostenibilidad y, por consiguiente, mejora la calidad de la información para que los grupos de interés tomen las decisiones pertinentes (GRI, 2013).

Según el artículo elaborado por el GRI: “La elaboración de memorias de sostenibilidad del GRI: ¿Vale la pena el viaje?”, el marco para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI se creó para facilitar un “lenguaje común” que pudiera ser aplicado por todo tipo de organizaciones y se ha redactado con referencia a un gran número de acuerdos y normas internacionales.

Es así como la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad G3 de GRI remite, en la medida de lo posible, a leyes y normas generalmente aceptadas. Entre ellas:

- Artículo 15 de la Declaración de los Principios de la Cumbre de Río de Janeiro sobre Medio Ambiente y Desarrollo.
- Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y sus Protocolos.
- Convención de las Naciones Unidas: Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.
- Convención de las Naciones Unidas: Pacto Internacional de Derechos económicos, sociales y culturales.

- Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo, 1998.
- Declaración y Programa de Acción de Viena.
- Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social de la OIT.
- Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales.
- Principios de la Iniciativa del Pacto Mundial (Pacto Global).

Por otra parte, al momento de elaborar las Memorias según la Guía G3, se le permite a las empresas que elijan el nivel en el que quieren hacer la memoria (desde C, para los principiantes, hasta A+ para los más experimentados), que refleja los diferentes grados de utilización del Marco de GRI. De esta manera, la versión G3 de la Guía de GRI introduce una tabla con los Niveles de Aplicación del proceso de elaboración de memorias de GRI (Tabla I).

Tabla I. Niveles de Aplicación del proceso de elaboración de memorias de GRI G3.

Nivel de aplicación de memoria	C	C+	B	B+	A	A+
Contenidos básicos Información sobre el perfil según la Guía de GRI PRODUCTO	Informa sobre: 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8, 3.10 - 3.12 4.1 - 4.4, 4.14 - 4.15	Verificación externa de la Memoria	Informa sobre todos los criterios enumerados en el Nivel C además de: 1.2 3.9, 3.13 4.5 - 4.13, 4.16 - 4.17	Verificación externa de la Memoria	Los mismos requisitos que para el Nivel B	Verificación externa de la Memoria
Información sobre el enfoque de gestión según la Guía de GRI PRODUCTO	No es necesario		Información sobre el enfoque de gestión para cada categoría de indicador		Información sobre el enfoque de la dirección para cada Categoría de indicador	
Indicadores de desempeño según la Guía de GRI & Indicadores de desempeño de los suplementos sectoriales PRODUCTO	Informa sobre un mínimo de 10 indicadores de desempeño, y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Social y Ambiental		Informa sobre un mínimo de 20 indicadores de desempeño y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Ambiental, Derechos Humanos, Prácticas laborales, Sociedad, Responsabilidad sobre productos		Informa sobre cada indicador central de GRI y sobre los indicadores de los Suplementos sectoriales, de conformidad con el principio de materialidad ya sea a) informando sobre el indicador o b) explicando el motivo de su omisión	

*Versión final del Suplemento sectorial

Fuente: Global Reporting Initiative (2012). La elaboración de memorias de sostenibilidad de GRI: ¿Vale la pena el viaje?

Por ejemplo, una empresa que elabora la memoria por primera vez, podría decidir utilizar el Nivel C y realizar una memoria más sencilla (que contiene 10 indicadores materiales), limitada a unos pocos aspectos; por otro lado, una gran organización que lleva muchos años elaborando memorias, puede que tenga los recursos y la experiencia necesarios para hacer una memoria completamente exhaustiva de Nivel A. Todas

las organizaciones pueden empezar como principiantes (Nivel C) e ir avanzando a niveles superiores con posterioridad.

Recientemente surgió la Guía G4 del GRI, en la misma se menciona que las organizaciones informantes que utilizan las versiones G3 o G3.1 deben decidir si les interesa efectuar la transición a la versión G4 de la Guía. GRI seguirá reconociendo las memorias que se elaboren a partir de las versiones G3 o G3.1 durante dos ciclos completos de presentación de memorias. No obstante, todas las memorias que se vayan a publicar después del 31 de diciembre de 2015 deben elaborarse “de conformidad” con la Guía G4. GRI recomienda la versión G4 a aquellas organizaciones que se dispongan a elaborar su primera memoria, incluso si no van a cumplir los requisitos de las opciones “de conformidad” en los primeros ciclos de presentación.

Es así como si la organización divulga una serie de contenidos básicos descritos en la Guía pero no cumple todos los requisitos de las opciones “de conformidad”, en la memoria ha de incluirse la siguiente aclaración: “*En la presente memoria figuran Contenidos básicos de la Guía para la elaboración de memorias de GR*”. Junto a esta declaración debería facilitarse una lista de dichos Contenidos básicos y su ubicación en la memoria de la organización.

A su vez, la guía de elaboración de memorias G4 establece que aquellas organizaciones que deseen elaborar sus memorias de sostenibilidad “de conformidad” con la Guía tienen dos opciones: la opción *Esencial* y la opción *Exhaustiva*. Todas las organizaciones, independientemente de su tamaño, sector o ubicación, pueden aplicar cualquiera de las opciones. Ambas opciones se centran en el proceso de identificación de los aspectos materiales. Los aspectos materiales son aquellos que reflejan los efectos económicos, ambientales y sociales significativos de la organización, o bien aquellos que tienen un peso notable en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés. La opción *Esencial* consta de los elementos fundamentales de una memoria de sostenibilidad. Constituye un marco mediante el que las organizaciones transmiten las consecuencias de su desempeño económico, ambiental, social y de gobierno. La opción *Exhaustiva* desarrolla la *Esencial*, a la que incorpora nuevos contenidos básicos relativos a la estrategia, el análisis, el gobierno, la ética y la integridad de las organizaciones. Además, estas deben describir su desempeño de un modo más pormenorizado, para lo cual tienen que cubrir todos los indicadores relacionados con los aspectos materiales.

Es de destacar que el GRI cuenta con la “Comunidad GOLD”, este grupo de más de 550 organizaciones de la sociedad civil, empresas, agencias gubernamentales y laborales e instituciones mediadoras de 69 países y 35 sectores fue creado como respuesta a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): “*los negocios han sido llamados para tomar acciones hacia un mundo más sustentable. La Comunidad GOLD de GRI ayudará a sus miembros a descubrir el valor real de la información de sustentabilidad para apoyar estas importantes metas*”, dijo el director de GRI en el comunicado de prensa oficial¹⁷.

¹⁷ Fuente: <http://sirse.info/que-es-la-nueva-comunidad-gold-de-gri/> consultado el 20/06/2016.

Además, al formar parte de esta comunidad tienen las siguientes ventajas:

- Oportunidades de colaboración y networking, como la serie de mesas panel Gold Roundtable.
- Oportunidades de visibilidad y de establecimiento de perfiles, como el acceso al servicio de reportes destacados de GRI
- Conocimientos e insights de vanguardia
- Servicios y soporte exclusivos

II. OBJETIVO.

El objetivo del siguiente trabajo consistió en analizar las características de las empresas argentinas asociadas al GRI, a fin de analizar si las variables: tamaño, sector, su nivel de aplicación para la presentación de sus memorias y que coticen o no en la bolsa de valores están relacionados con una mayor participación en el GRI.

A su vez se analizó si las empresas que participan del GRI, también lo hacen en otra asociación como el Pacto Global de Naciones Unidas.

III. METODOLOGÍA.

El diseño de la investigación seleccionado fue no experimental, transversal y descriptivo.

Transversal y descriptivo, debido a que se recolectaron datos en un solo momento y su propósito consistió en describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

En cuanto a las técnicas de análisis se procedió a describir las variables utilizando promedios, porcentajes y relaciones simples.

En cuanto a la base de información utilizada para la investigación, durante los meses de Enero a Abril 2016 se procedió al armado de la misma utilizando información publicada en la página web del GRI (<http://database.globalreporting.org/search>). Para el armado de la base se seleccionaron las empresas argentinas y se contemplaron las siguientes variables claves para la investigación: tamaño, sector, que coticen o no en la bolsa y su nivel de aplicación para la presentación de las memorias de sustentabilidad. De la selección surgió una base que contó con 119 empresas argentinas adheridas al GRI.

IV. RESULTADOS.

En primer lugar en la Tabla II se presentan las empresas argentinas adheridas al GRI por tamaño (contemplando esta variable según la definición utilizada por el GRI), se puede ver claramente como la mayor parte son empresas grandes y multinacionales, y sólo casi un 11% son pequeñas y medianas empresas.

Tabla II. Tamaño de las empresas argentinas adheridas al GRI.

Tamaño	Cantidad empresas	Porcentaje
Pequeñas y Medianas <250 empleados	13	10,9
Grandes >=250 empleados	76	63,9
Grandes y Multinacionales >=250 empleados y multinacionales	30	25,2
Total	119	100,0

Fuente: elaboración propia.

Por otra parte un 22,7% de las empresas argentinas adheridas al GRI han informado que cotizan en la Bolsa de Valores (Tabla III).

Tabla III. Empresas argentinas adheridas al GRI que cotizan en la Bolsa de Valores.

¿Cotiza en bolsa de valores?	Cantidad empresas	Porcentaje
No	92	77,3
Si	27	22,7
Total	119	100,0

Fuente: elaboración propia.

Al momento de analizar las empresas argentinas que adhieren al GRI según el sector de la actividad no hay un sector particular que se destaque con un demasiado peso relativo superior respecto de los otros, aunque si se pueden mencionar los Servicios Financieros con un 13,4% de participación, las empresas de Productos Alimenticios con un 10,1%, empresas del Sector Energético con un 8,4%, Agrícola 6,7% y Automotriz un 5,9%, el resto de los sectores representan cada uno menos del 5% sobre el total (Tabla IV).

Tabla IV. Empresas argentinas adheridas al GRI por sector.

Sector	Cantidad	Porcentaje
Servicios Financieros	16	13,4
Productos alimenticios	12	10,1
Energía	10	8,4
Agrícola	8	6,7
Automotriz	7	5,9
Salud	5	4,2
Tecnología y media	5	4,2
Construcción	4	3,4
Industria Química	3	2,5
Logística	3	2,5
Minero	3	2,5
Otros sectores (con menos de 2 empresas)	43	36,1
Total	119	100,0

Fuente: elaboración propia.

Analizando los tipos de memorias presentados por las empresas argentinas adheridas al GRI, en primer lugar se debe diferenciar que aproximadamente un 48% lo hizo con la Guía G3 o G3.1 y un 52% con la nueva guía G4 (Tabla V).

La Guía G3 o G3.1 permite inferir el nivel de información (en cuanto a cantidad de indicadores y dimensiones involucradas) que divulgan las empresas en sus memorias (Tabla V), se puede observar como sólo 3 empresas cuentan con un nivel de “experimentado” (A o A+), pero en el nivel intermedio (B y B+) participan 10 empresas y en cambio en el nivel más bajo (C y C+) 29 empresas (50% de las empresas que presentan según la Guía G3 o G3.1).

Tabla V. Tipo de reportes presentados y nivel de aplicación de las empresas argentinas adheridas al GRI.

Tipo de Memoria presentado	Nivel de aplicación de la memoria								Total
	A	A+	B	B+	C	C+	De conformidad	No declarado	
G3	1	0	4	1	11	1	0	6	24
G3.1	0	2	3	2	15	2	0	9	33

G4	0	0	0	0	0	0	57	5	62
Total	1	2	7	3	26	3	57	20	119

Fuente: elaboración propia.

A su vez dentro del grupo que conforman la Comunidad Gold: 11 empresas son Argentinas, si se analiza según tamaño de empresas se puede observar que hay un poco más de participación de las empresas grandes y multinacionales (Tabla VI).

Tabla VI. Empresas argentinas adheridas al GRI por sector y calificación GRI Gold.

Tamaño	GRI Comunidad Gold		
	No	Si	Total
Pequeñas y Medianas <250 empleados	68	8	76
Grandes >=250 empleados	29	1	30
Grandes y Multinacionales >=250 empleados y multinacionales	11	2	13
Total	108	11	119

Fuente: elaboración propia.

Por último de las empresas argentinas adheridas al GRI el 63% participa también al menos de algún otro organismo como el Pacto Global, ISO, OECD o el FCP).

Tabla VII- Empresas argentinas adheridas al GRI que adhieren a algún otro organismo (Pacto Global, ISO, OECD Guidelines, FCP).

¿Adhieren a algún otro organismo?	Cantidad	Porcentaje
Si	75	63,0
No	44	37,0
Total	119	100,0

Fuente: elaboración propia.

V. CONCLUSIONES.

Del análisis de las bases de las empresas argentinas asociadas al GRI, podemos observar que tienen mayor participación las grandes empresas y mucha menor participación las pequeñas y medianas (PyMes). Si bien no fue objeto de esta investigación indagar las razones, que sí podrían ser objeto de futuras investigaciones, podríamos inferir que podría deberse al desconocimiento de las empresas PyMes de este tipo de organismos o por la supuesta complejidad del armado de las memoria de sustentabilidad, al margen que el GRI pone a disposición una serie de documentos de una lectura muy sencilla para la confección de las memorias.

Del análisis de las empresas que sí participan y presentan memorias de sustentabilidad según la Guía G3 y G3.1, es de destacar que la mayoría presentó un nivel de aplicación intermedio (B, B+) o bajo (C, C+), en donde se brinda menor cantidad de información (que abarcan no sólo menos indicadores sino menos dimensiones). Esto se podría analizar de manera positiva si es que estas empresas están recientemente incursionando en la temática y a medida que tengan mayor experiencia en la confección de las memorias, puedan ir aspirando en un futuro ir avanzando de la aplicación C a la B y de la B a la A, lo cual sería muy provechoso para sus empresas. A su vez en relación con esto, se pudo observar cómo las empresas que aplican a la categoría A son, en su gran mayoría, las empresas grandes.

Es importante concluir que si bien cada vez son más las empresas y otras organizaciones que quieren que sus operaciones sean sostenibles, también está ganando terreno la idea de que la rentabilidad a largo plazo debe ir de la mano de la justicia social y la protección del medio ambiente. Tales expectativas seguirán creciendo y adquiriendo intensidad a medida que los proveedores de capital, los clientes y otros grupos de interés de las empresas y organizaciones comprendan que es necesario adoptar un modelo económico verdaderamente sostenible.

Por último, es de destacar que este trabajo deja en evidencia para futuras investigaciones la importancia del análisis de los beneficios que implica llevar adelante prácticas de RSE, puesto que está claro que sin un entendimiento claro de los beneficios estratégicos que puede aportar a la empresa es probable que los altos directivos no estén dispuestos a realizar inversiones en prácticas de RSE que contribuirán a un éxito a largo plazo de la empresa.

VI. BIBLIOGRAFÍA.

- Alonso-Almeida, M. D. M., Rodríguez García, M. D. P., Alejandro, C., Aimer, K., & Abreu Quintero, J. L. (2012). La responsabilidad social corporativa y el desempeño financiero: un análisis en empresas mexicanas que cotizan en la bolsa. *Contaduría y administración*, 57(1), 53-77
- GRI (2012). La elaboración de memorias de sostenibilidad de GRI: ¿Vale la pena el viaje?
- GRI (2013). Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad.
- Gorrochategui, N. (2012). Cumplimiento del Principio 10 del Pacto Global sobre corrupción por parte de las empresas que adhieren a la iniciativa en la Argentina. Tesis Doctorado Facultad de Ciencias Económicas UBA.
- Indicadores ETHOS – IARSE Para Negocios Sustentables Y Responsables (Agosto, 2014). Disponible en <http://www.iarse.org/seccion/publicaciones-iarse/> Consulta realizada el 17/06/2016.
- Izquierdo, J. Á. M. (2004). Responsabilidad social corporativa y competitividad: una visión desde la empresa. *Revista valenciana de economía y hacienda*, 12, 9-50.
- Liarte-Vejrup, N. (2015). El desafío de la sustentabilidad corporativa: una década de contribuciones del Pacto Global en Argentina /ilustrado por Verónica Grandjean. - 1a ed. - Buenos Aires: Programa Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD, 2015.E-Book.
- Manríquez, M. R., Salazar, A. L., & Mateo, C. L. (2015). Ética y calidad laboral: impacto en el desempeño empresarial. Un estudio empírico. *HOLOS*, 3, 308-320.
- Minor, Dylan B., and John Morgan (2011). "CSR as Reputation Insurance: Primum Non Nocere." *California Management Review* 53, no. 3 (Spring 2011): 40–59.
- Olcese, A. (2011). Creación de valor y responsabilidad social de la empresa (RSE) en las empresas del IBEX 35. Publicaciones de la Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras, Barcelona.
- Rives, L. M., & Bañón, A. R. (2008). La responsabilidad social corporativa como determinante del éxito competitivo: un análisis empírico. *Revista Europea de Dirección y Economía de la empresa*, 17(3), 27-42.
- Toro, D. (2006). El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: revisión de la literatura académica. Toro, Daniela." *El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: revisión de la literatura académica". Intangible Capital, octubre-diciembre de 2006, vol. 2, núm. 14, p. 338-358.*

ANEXO

Miembros del Comité Evaluador ad hoc

Fernando LAVECCHIA:

Es Abogado recibido en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la UNLP, se desempeña como Jefe de Trabajos Prácticos en la materia Derecho Comercial II en dicha casa de estudios. En el ámbito profesional se desempeña como abogado relator en la Fiscalía de Estado de la Provincia de Buenos Aires, además del ejercicio profesional liberal en materia comercial y societaria. Es autor de diversos artículos sobre derecho concursal y derecho económico. Es coordinador del Observatorio de Relaciones Económicas Internacionales (OREI) de la Secretaría de Extensión de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de La Plata.

Viviana ZARA:

Es Licenciada en Ciencia Política, graduada en la Universidad de Palermo, en Buenos Aires, Argentina. Se desempeña como Directora de Responsabilidad Social Empresarial, de la Subsecretaría de Políticas Sociales del Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia de Buenos Aires. Es Fundadora de la Fundación Nuevo Comienzo, institución abocada al trabajo social en niñez, adolescencia, juventud y familia. Fue coordinadora de la Comisión de Desarrollo Social en Fundación Pensar, La Matanza. Ha realizado trabajos de investigación en el área de Religión y Política, Educación, Inserción Social y es coautora del proyecto de ley: "Igualdad Religiosa: Día de la Iglesia Evangélica Protestante".

PUBLICACIONES DE OBSERVATORIO DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES

SECRETARIA DE EXTENSIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

PUBLICACIONES DISPONIBLES

Los textos de la Serie Documentos Técnicos se encuentran publicados *on-line* en:

www.orei.jursoc.unlp.edu.ar

Noveno Documento Técnico.

Título: INFORME DEL OBSERVATORIO DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES EN EL MARCO DEL PROGRAMA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA MUNICIPALIDAD DE LA PLATA PARA EL ENTE MUNICIPAL PARA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA (EMATUR) ANTE SU PARTICIPACIÓN EN LA FERIA INTERNACIONAL DE INCENTIVOS, VIAJES DE NEGOCIOS Y REUNIONES EN BARCELONA, ESPAÑA.

Sumario: Este informe consiste en un relevamiento de datos e información que muestra el estado de situación de las instalaciones con las que cuenta la ciudad de La Plata –en lo que refiere a alojamiento y salones disponibles- para realizar eventos corporativos, congresos y convenciones. El mismo fue elaborado a solicitud del EMATUR para contribuir con su Programa de internacionalización de la Municipalidad de La Plata.

Serie: DT/5-2016/Noviembre

Páginas: 103.

Autores: Carolina Inés GARCIA y Patricia PORTILLO, con la colaboración de Gisele ACOSTA CASTILLO, Juliano AMARILLA GHEZZI, Nicolás ANTONIO, Aldana Alejandra BOZZANI, Alexis Martín GALEANO, Juan Ignacio PISANO, David RODRIGUEZ IBAÑEZ, Camila SABATINI, Florencia SUAREZ y Julieta SUAREZ, bajo la coordinación de los Abog. Lautaro Martín RAMIREZ y María Virginia PERRINO.

Fecha: Noviembre 2016.

PRIMERA PUBLICACIÓN DIGITAL.

Título: **LECTURAS SOBRE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO A VEINTE AÑOS DE SU CREACIÓN.**

Sumario: En conmemoración de los veinte años de la creación de la OMC, el OREI realizó una convocatoria en el año 2015 invitando a profesores, graduados, investigadores y estudiantes a presentar artículos vinculados a las temáticas que aborda esta organización. Finalmente, en la presente obra se recopilan los cinco trabajos seleccionados por el Comité Internacional Evaluador, los cuales reflejan la evolución que ha tenido la organización desde su puesta en funcionamiento y analizan las diferentes variables de la propia Organización Mundial del Comercio.

Serie: PD/1-2016/Febrero

Páginas: 154.

Autores: María Manuela Moccerio... [et al.]; coordinación general de Lautaro Martin

Ramírez.

Fecha: 24/02/2016.

ISBN: 978-950-34-1296-1

Octavo Documento Técnico:

Título: **ACUERDO TRANSATLÁNTICO PARA EL COMERCIO Y LA INVERSIÓN ENTRE LA UNIÓN EUROPEA Y LOS ESTADOS UNIDOS.**

Sumario: Este documento se centra en el contenido de las diferentes rondas de negociación llevadas a cabo entre USA y la Unión Europea para la confección del Acuerdo Transatlántico para el Comercio y la Inversión (TTIP). El informe analiza cuáles serán las probables temáticas que contendría este mega-acuerdo –que busca constituir la mayor zona de libre comercio del mundo–, y las condiciones que establecería, de lograr llegar a un acuerdo definitivo.

Serie: DT/4-2016/Octubre

Páginas: 19

Autores: Juliano AMARILLA GHEZZI, Nicolás ANTONIO y David RODRIGUEZ IBAÑEZ bajo la coordinación y supervisión de la Abog. María Virginia PERRINO.

Fecha: Octubre 2016.

Séptimo Documento Técnico:

Título: **PUNTOS CLAVE DEL ACUERDO TRANSPACÍFICO DE COOPERACIÓN ECONÓMICA (TPP).**

Sumario: El Acuerdo de Asociación Transpacífico es el mega-acuerdo firmado en el año 2016 por 12 países que comprenden el 11% de la población mundial y el 40% del PBI mundial. Este informe cuenta con una explicación de cada capítulo negociado en el acuerdo, y realiza un análisis de su impacto en los países signatarios, sus ventajas y desventajas, y las dificultades que el actual contexto internacional impone a su ratificación y entrada en vigencia.

Serie: DT/3-2016/Octubre

Páginas: 49.

Autores: Blas FERMANELLI, Camila SABATINI, Florencia SUAREZ y Julieta SUAREZ, bajo la coordinación y supervisión del Abog. Lautaro Martín RAMIREZ.

Fecha: Octubre 2016.

Sexto Documento Técnico:

Título: **LA ALIANZA DEL PACÍFICO: UN NUEVO MARCO DE COMERCIO REGIONAL.**

Sumario: El informe realiza un detallado análisis del nuevo acuerdo comercial regional conformado por Chile, Colombia, México y Perú, incluyendo sus antecedentes, sus documentos fundamentales –Acuerdo Marco y su Protocolo Adicional–, su organización y funcionamiento. Asimismo, se centra en su enfoque hacia el mercado asiático, su relación con otros bloques económicos, y sus perspectivas a futuro- incluyendo ventajas y desventajas-.

Serie: DT/3-2016/Octubre

Páginas: 51.

Autores: Gisele ACOSTA CASTILLO, Aldana Alejandra BOZZANI, Carolina Inés GARCIA y Patricia PORTILLO, bajo la coordinación y supervisión de la Abog. Dania FUENTES.

Fecha: Octubre 2016.

Quinto Documento Técnico:

Título: **INFORME TÉCNICO DEL PROYECTO DE LEY N° D75/16-17 DE RÉGIMEN DE R.S.E. EN LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES.**

Sumario: El informe brinda una explicación de lo que es la Responsabilidad Social Empresaria a nivel mundial y local; y luego se adentra en un minucioso análisis del Proyecto de Ley N° 16-17D75 –cuya finalidad es brindar una guía normativa en materia de RSE para las empresas que contraten con el gobierno de la provincia de Buenos Aires-. De este modo, plantea las dificultades existentes para su implementación y propone como solución un texto alternativo del proyecto analizado.

Serie: DT/1-2016/Julio

Páginas: 29.

Autores: Pier Luigi ARRIAGA LEBAN, Alexis Martín GALEANO, Santiago MARTINEZ BARONE y Juan Ignacio PISANO, bajo la coordinación y supervisión del Abog. Fernando LAVECCHIA.

Fecha: Julio 2016.

Cuarto Documento Técnico:

Título: INFORME DEL OBSERVATORIO DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES EN EL MARCO DEL PROGRAMA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS MUNICIPIOS PARA LA SUBSECRETARÍA DE RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES DEL MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

Serie: DT/4-2015/octubre

Páginas: 60

Autores: Abog. Diego Germán ROMEO, Abog. Julieta V. G. SUÁREZ, Lic. Florencia A. S. SUÁREZ bajo la coordinación y supervisión del Abog. Lautaro M. RAMÍREZ y la colaboración de la Lic. Verónica WAEKENS.

Fecha: Octubre 2015.

Tercer Documento Técnico:

Título: EL ARBITRAJE COMERCIAL EN EL NUEVO CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL DE LA NACIÓN ARGENTINA: PERSPECTIVAS DESDE LAS CONVENCIONES INTERNACIONALES DE ARBITRAJE Y EL DERECHO COMPARADO

Serie: DT/3-2015/Septiembre

Páginas: 18

Autores: Diego ROMERO, Julieta SUÁREZ, Antonella SZYMANKIEWICZ y Nicolás ANTONIO bajo la coordinación y supervisión del Abog. Lautaro M. RAMIREZ

Fecha: Septiembre 2015.

Segundo Documento Técnico:

Título: LA CONFERENCIA MINISTERIAL DE BALI Y LA SEGURIDAD ALIMENTARIA: IMPLICANCIAS Y RESULTADOS

Serie: DT/2-2015/Agosto

Páginas: 13.

Autores: Gisele ACOSTA CASTILLO y Aldana BOZZANI bajo la coordinación y supervisión del Abog. Lautaro M. RAMIREZ.
Fecha: Agosto 2015.

Primer Documento Técnico:

Título: **ELECCIONES 2015: PARTIDOS POLÍTICOS Y EL FUTURO DEL MERCOSUR**

Serie: DT/1-2015/Julio

Páginas: 24.

Autores: María Dalina BOSISIO, Gisele FRAGOSA y Florencia SUÁREZ bajo la coordinación y supervisión de la Abog. Virginia PERRINO.

Fecha: Julio 2015.

Esta publicación ha sido dirigida y preparada por Lautaro M. Ramírez, Director del Observatorio de Relaciones Económicas Internacionales, Secretaría de Extensión, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Nacional de La Plata, con la colaboración del Abog. Fernando Lavecchia como coordinador editorial.

FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES

Secretaría de Extensión
Observatorio de Relaciones Económicas Internacionales

La Plata, Buenos Aires, Argentina

Junio 2017

www.jursoc.unlp.edu.ar

COMUNICACIÓN
Y EDICIONES PROPIAS
EXTENSIÓN



Facultad de Ciencias
**JURÍDICAS
Y SOCIALES**
Universidad Nacional de La Plata

