

El valor social que crece



Fotos: A. García



La Responsabilidad Social Empresaria logra hacerse un lugar en la mente y en los corazones de los ejecutivos argentinos. Más de 300 actores del sector lo dejaron así plasmado en el 5to. encuentro de RSE que organizaron El Cronista Comercial y Revista Apertura. Entre los asistentes hubo gerentes de relaciones institucionales, referentes de ONG, emprendedores sociales y especialistas en sustentabilidad. Todos ellos fueron convocados para analizar y convalidar el estado actual de la disciplina en el país, proyectos de negocios éticos, la creación de valor social y el crecimiento de las políticas de sustentabilidad en las empresas locales. Las claves.

CONCURSO SEGUNDOS PARA TODOS EDICIÓN 2011

Cablevisión convoca a las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) del país a difundir sus campañas de bien público, donde van a tener la oportunidad de mostrar su inmenso aporte a la comunidad.

Más información sobre cómo participar, ingresando en www.segundosparatodos.com.ar



HASTA EL 31 DE MAYO

Cablevisión

La visión de las empresas

En un mano a mano, los máximos responsables de RSE de cuatro grandes compañías analizaron las políticas de sustentabilidad del empresariado en la Argentina. El debe y el haber de una práctica en rápido crecimiento.

Por Manuel Torino

Un *poker* de expertos en Responsabilidad Social Empresaria (RSE) se presentó en el escenario de La Rural como parte del 5to. Foro de RSE organizado por El Cronista, Revista Apertura e Information Technology, para debatir sobre las sustentabilidad de las empresas en la Argentina.

El panel contó con la presencia de cuatro ejecutivos que día a día llevan adelante las estrategias de sustentabilidad en empresas que se destacan en distintos rubros. Se trató de Cristianne Close, gerente de la Agenda de Seguridad Alimentaria para América Latina de Syngenta; Jorge Di Nucci, director de Relaciones Institucionales de Ford Argentina; Julio Claudeville, gerente de Asuntos Corporativos de Barrick en Argentina y de Juan Pablo Maglier, director de Relaciones Institucionales de La Rural.

El primero en romper el hielo fue el ejecutivo de Ford, quien hizo una distinción categórica sobre la terminología utilizada en las empresas: "El término 'responsabilidad social' tiene mucho de *marketinero*. A mí me gusta más hablar de sustentabilidad y de cuál es el impacto que tiene cada una de las empresas dentro de la comunidad en la cual hace negocios", expresó Di Nucci, quien trabaja en la industria automotriz desde hace 37 años.

Formación atípica

En la misma línea se expresó su colega de Syngenta, quien sostuvo que "la RSE puede verse como algo que va separado del negocio, o sea que va en paralelo. En cambio el concepto de sustentabilidad está inmerso en el accionar diario de la com-"



El panel, en pleno. De izquierda a derecha: Juan Pablo Maglier, Julio Claudeville, José Del Rio, Jorge Di Nucci y Cristianne Close.

pañía", dijo Close.

El representante de la minera Barrick fue, incluso, más allá. "En minería específicamente, la RSE significa desarrollo sustentable", definió Claudeville. De formación atípica en el submundo de los recursos humanos y los asuntos públicos, este médico sanjuanino explicó al auditorio la estrategia social de la poderosa minera transnacional en el país. "Durante los 30 o 40 años que dura una operación minera en una comunidad, producimos un impacto económico tan fuerte que hay que estar muy atentos a no dejar pasivos sociales o ambientales en el momento en que la mina cierra", expuso. Y ejemplificó: "Por eso, por ejemplo, en lugar de fomentar el monocultivo de cebolla en algunas comunidades sanjuaninas, desarrollamos el cultivo de tomates secos que ahora son exportados al exterior como producto *gourmet*. De esta forma, hay un eje de desarrollo mucho

más sólido para el futuro".

Cuando el moderador del encuentro, José Del Rio, director Periodístico de las revistas Apertura e Information Technology, pidió que analizaran el estado actual de la RSE en el país, los oradores destacaron el crecimiento que tuvieron las políticas de sustentabilidad en las empresas locales durante los últimos años y se mostraron optimistas de cara al futuro.

"Claramente la Responsabilidad Social se ha convertido en una obligación de las compañías. Evidentemente el gran desafío es lograr que la RSE no sólo surja de las grandes empresas sino también de las pequeñas y medianas, que por ahí no tengan las posibilidades financieras ni materiales para dedicar tiempo y dinero a estas actividades", opinó Maglier, de La Rural.

Por su parte, Di Nucci comparó la situación local con la de otros países de la región: "En Argentina noto un interés crecien-

te en las empresas y también en las comunidades, donde se observa más demanda, incluso más que en otros países de Latinoamérica que quizás están en un estadio anterior al nuestro".

Con sólo 35 años, Cristianne Close lleva realizados proyectos sociales con Syngenta en comunidades rurales de África e India. Actualmente su trabajo consiste en asistir a pequeños agricultores en América latina, a quienes apoya para que puedan incorporar tecnología a sus modestas parcelas de cultivo. "A veces es muy difícil conseguir que la gente entienda y se sume desde las empresas", sostuvo la única mujer del panel. Y agregó: "Es un trabajo que implica un cambio cultural y adoptar un nuevo paradigma. A mí me genera un orgullo ser parte de esto cuando pienso que mi trabajo va a ayudar a una gran cantidad de gente". Uno de sus proyectos preferidos, comentó, es el que desarrolla en una comunidad

quechua en Cuzco, adonde viaja cada seis meses para interiorizarse con los avances.

Aplicar localmente

En otro tramo de la conferencia, se analizó el rol de los presidentes de las compañías a la hora de avalar las acciones de RSE. "El papel de los presidentes de las empresas es fundamental, no solo al momento de avalar las acciones de RSE sino también al introducir en todas las dimensiones del negocio a la sustentabilidad como un eje transversal. Esta es la tendencia hacia dónde vamos: que el concepto se incorpore a todos los elementos del negocio y que cada decisión en la empresa se tome en base aspectos sociales, económicos y ambientales", enfatizó Di Nucci.

Por su parte, Close destacó la importancia de saber aplicar localmente los lineamientos globales en el caso de las corporaciones multinacionales. "Creo que la alineación con la estrategia global es fundamental. Se trata de visiones globales que nosotros tomamos y bajamos a las realidades de cada uno de los países. Porque de esa forma la sustentabilidad se transforma en estrategia", finalizó.

Las inquietudes del auditorio

Cuando se abrió la ronda de preguntas para el auditorio, el público aprovechó la oportunidad de dialogar con los ejecutivos. Muchos indagaron sobre la visión que los oradores tenían de la actualidad de la RSE en el país y otros se interesaron en las dificultades que empresas como Barrick a la hora de elaborar estrategias de sustentabilidad pese los prejuicios de la opinión pública.

Otras tantas preguntas estuvieron dirigidas a Cristianne Close, de Syngenta, que por su trabajo desarrolló proyectos sociales en destinos exóticos como India o África. "Estuve en lugares como Kenya donde me encontré con emprendedores natos. Creo que esa energía de búsqueda permanente es la misma que hay en América Latina. Por otro lado creo que acá tenemos una base de capacitación y concientización mucho mayor, lo cual es un beneficio muy fuerte. Las empresas acá en la región están mucho más comprometidas y hay más recursos disponibles", sostuvo Close ante el auditorio de La Rural.



"El desafío es lograr que la RSE no solo surja de las grandes empresas sino también de las pequeñas y medianas."

Juan Pablo Maglier,
La Rural



"El papel de los presidentes de las empresas es fundamental también para fijar a la sustentabilidad como un eje transversal del negocio."

Jorge Di Nucci,
de Ford



"La responsabilidad social empresaria llegó para quedarse. La vara va subiendo y nos vamos adaptando a estándares mundiales."

Julio Claudeville,
de Barrick Argentina



"A veces, es difícil conseguir que la gente se sume desde las empresas. Es un trabajo que implica un cambio cultural."

Cristianne Close,
de Syngenta



Rosario Una ciudad que es un gran punto de encuentro

Ubicación, calidad de vida, infraestructura, atracciones turísticas y culturales... No por nada la gran ciudad santafecina está entre las preferidas para convenciones y encuentros empresarios.

POR SANTIAGO TUÑEZ

Rosario habla por sí sola desde su nombre. Evoca belleza, cultura, cosmopolitismo y mucha naturaleza que le confiere estar a orillas del río Paraná. Por estas cualidades –y otras que se detallan a continuación– esta ciudad santafesina se ha

convertido en una de las más demandadas para el turismo de ferias, congresos y convenciones. Veamos por qué.

Rosario ofrece un rápido acceso desde las principales ciudades de la Argentina y del Mercosur. Está unida por autopistas a Buenos Aires (300 km), Córdoba (400 km) y Santa Fe Ciudad (150 km)...A

eso debe sumársele que tiene hoteles y predios de estándares internacionales, todos los servicios de una gran ciudad y las acciones coordinadas de actores públicos y privados.

Entre los espacios más modernos para eventos sobresalen el moderno Centro de Convenciones Metropolitano (junto al Shopping Alto

Rosario), las salas y el centro de convenciones del City Center Rosario y los flamantes espacios del hotel Ros Tower, entre otros importantes recintos como los que ofrecen la Bolsa de Comercio, el Plaza Real Hotel, el Ariston, los hoteles de la cadena Solans y el Patio de la Madera.

Esta actividad tiene, en la principal ciudad santafesina,

una institución especializada y representativa en el Rosario Convention & Visitors Bureau, que reúne propuestas en más de 27.000 metros cuadrados de superficie cubierta incluyendo los más prestigiosos predios y servicios. El bureau (www.rosariobureau.com.ar)

CONTINUA EN PAGINA 2



www.uca.edu.ar/auditorios

Auditorios UCA Puerto Madero

En el más joven y moderno de los barrios de Buenos Aires, en un ámbito académico de excelencia, la Universidad Católica Argentina cuenta con auditorios, salones, aulas y salas de reuniones que combinan elegancia, sobriedad y la más moderna tecnología para la realización de eventos empresariales, académicos e institucionales.

Contacto: Teresa María Battaglia - teresa_battaglia@uca.edu.ar - tel. 4338-0670

Las sedes de UCA en Rosario y Paraná también cuentan con auditorios y salones para eventos.



VIENE DE TAPA

dispone de una amplia y variada oferta de alojamiento en hoteles que van desde categoría 1 a 5 estrellas, adaptándose a todas las demandas de alojamiento que se requieran para la realización de congresos, convenciones, exposiciones, ferias y todo tipo de eventos.

Como se ve, la infraestructura para encuentros empresarios y comerciales ofrece una amplia gama de espacios. Por eso Rosario se adecúa tanto a las pequeñas reuniones como a las grandes ferias internacionales. Los visitantes de estos encuentros cuentan con una importante oferta en hospedajes que suma 8.500 plazas y mantiene un fuerte ritmo expansivo, con construcciones a finalizarse en el corto plazo y nuevos proyectos en marcha.

Un valor agregado extra -y clave en todo encuentro con objetivos comerciales, ya sea para potenciar fuerzas de venta, fidelizar clientes, lanzar nuevos productos, etc.- es la calidez humana y la riqueza cultural de



El Centro de Convenciones de Rosario.

la ciudad. Esto es porque Rosario nació hospitalaria gracias a sus orígenes inmigratorios y el desarrollo ligado al comercio y la actividad portuaria. El rosarino es un ciudadano cálido, agradable y acostumbrado a tomar contacto con visitantes, sean locales o provenientes de cualquier lugar del mundo.

Gastronomía, paseos, atractivos turísticos, patrimonio cultural, actividades artísticas y deportivas cierran el multifacético combo para un encuentro que asegure los objetivos fijados aunque deje con ganas de volver a vivir Rosario. ◻

LAS ALTERNATIVAS EN UNA CIUDAD DIFERENTE

Coaching en el río y una pausa con estilo gourmet

Reducir un evento al espacio para stands o auditorios es una invitación al fracaso. Expandirlo más allá es la gran propuesta de Rosario.



Embarcados, para explorar el potencial propio y el del equipo de trabajo en un paseo inolvidable por el río Paraná.

Una sesión de coaching navegando sobre el Paraná, saboreando peces típicos como bogas, dorados y surubies. O el cierre de un encuentro de fidelización de clientes en alguno de los restaurantes con sabor y color bien criollos, especializados en carnes rojas asadas a la parrilla y a la estaca. O aprovechar un break durante la presentación de un producto con logrados sabores gourmet, un verdadero boom que renovó a "la nueva gastronomía rosarina" y que hizo a sus chefs merecedores de importantes premios que los ubican entre los más destacados del país.

Estos son apenas algunas de las alternativas que, desde la gastronomía, Rosario ofrece para ampliar su abanico de oferta en materia de turismo de ferias, exposiciones y convenciones.

Como actividades complementarias -siempre es necesaria una pausa para despejar y distender- la mayor ciudad de la provincia de Santa Fe ofrece alternativas como su casino.

El City Center Rosario es un imponente complejo ubicado en la entrada de la ciudad. Considerado el centro de entretenimientos más moderno de Latinoamérica, incluye un casino con tres niveles (más de 2.000 slots y 80 mesas de juego), distintas áreas gastronómicas y un hotel cinco estrellas.

Más allá, la ciudad se abre a sus visitantes con el verde de sus balcones al río, que permiten pasear a lo largo de ocho kilómetros desde el Parque Urquiza hasta el Parque Sunchales, por toda la costa central. El recorrido abarca desde bares y restaurantes hasta museos y espacios para los más chicos.

En el corazón de la ciudad se extiende el tradicional Parque de la Independencia, con un lago artificial donde es posible apreciar el espectáculo de las aguas danzantes. En la zona norte sobresale el Parque Alem y en el sur el Parque Irigoyen con la Plaza del Che en homenaje a Ernesto Guevara. ◻

DESPUES DE LA ACTIVIDAD

A la hora señalada, el city tour

En una ciudad que invita a caminar, el patrimonio arquitectónico es un atractivo clave. Rosario tiene varios circuitos urbanos de gran riqueza de estilo: desde señoriales mansiones y edificios de los siglos XIX y XX hasta obras únicas en todo el continente. Es ineludible el Monumento Nacional a la Bandera, primer ensayo en Latinoamérica del renacimiento de la arquitectura monumental. Es la obra más emblemática de Rosario. Está en la zona céntrica, conectada al casco histórico con un pasaje entre esculturas y sobre un espejo de agua. ◻

ROSARIO,
UNA EXPERIENCIA INFINITA

Al aire libre y entre atractivos urbanos, de día y de noche, una ciudad con propuestas para todos los gustos y todas las edades.

www.rosarioturismo.com

INSTITUTO ROSARIO
TURISMO

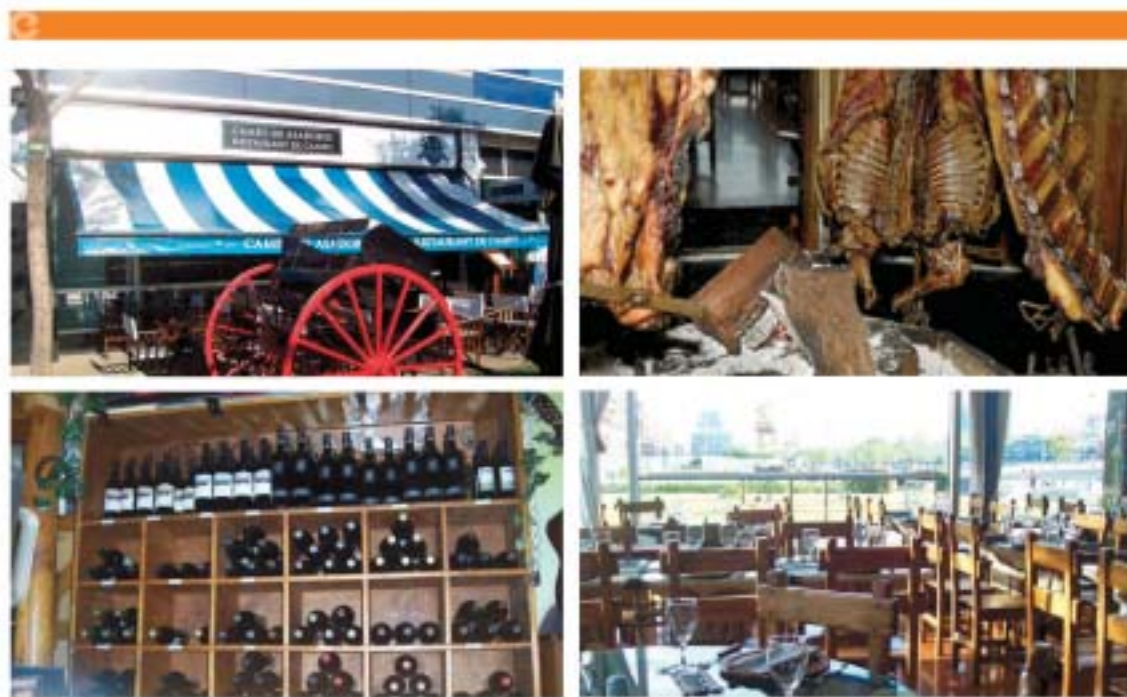


LA EVOLUCIÓN DEL DISEÑO



www.archivosactivos.com

(a)²archivosactivos™



LA GASTRONOMÍA EN LAS ACCIONES DE PROMOCIÓN

Sabor que perdura, evento exitoso

Cuando el evento persigue objetivos muy focalizados, donde la acción que se pone en marcha es puntual y no requiere de un gran despliegue escénico, una de las alternativas más utilizadas para llevarlo a cabo consiste en un almuerzo -o cena- en un buen restaurante.

La idea es concretar una convocatoria simple pero convincente: desde el vamos los participantes saben que la gastronomía será el argumento central "extra empresario" pero se convierte a la vez en un soporte clave de esa acción.

Puerto Madero suele ser el espacio preferido para este tipo de eventos. En este barrio -el más joven de Buenos Aires- una alternativa altamente recomendable que encontró

Events & Parties es **Campo de Asadores**. Este lugar trae el espíritu y tradición de la mejor carne argentina desde sus orígenes: la amplitud del horizonte de la Pampa. Después de 20 años de trayectoria en la gastronomía criolla en el interior de la mitológica llanura, sus inspiradores se animaron a desembarcar en Buenos Aires en el primer día de 2010.

Ya desde su ambientación, este restaurante ubicado a metros del Hotel Hilton, en Pierina Dealesi 850 (www.campodeasadores.com.ar), propone a sus visitantes no ya saborear, sino vivir una experiencia gastronómica con los sabores y texturas contundentes de la cocina criolla.

Desde manjares a la parrilla como mollejas, chorizos, morcilla vasea o el vacío a la

cruz, pasando por la provoleta frita con oliva y orégano y las empanadas norteañas con carne cortada a cuchillo y bien fritas, **Campo de Asadores** deslumbra por la variedad de su carta.

Pero, atención, **Campo de Asadores** no se circunscribe o limita en la exaltación de la "carne argentina". En su carta también abundan las ensaladas: las hay de palta, de atún, de "campo", la clásica César... Todas hechas con la frescura que sólo aseguran los nobles productos de huerta.

Y claro, inmerso en la metrópoli, este lugar tomó nota de los usos y costumbres del porteño e incorporó a su oferta platos ineludibles como el lomo, en sus más reconocidas preparaciones: a la pimienta y al champignon; el matambrito de cerdo, al verdeo o napolitano; la bondiola a la riojana...

Y cada plato va maridado con lo más granado de los viñedos argentinos que se disfrutan con la vista serena de los docks de Puerto Madero. Hasta aquí, la síntesis -morosa- de una carta para esos banquetes que perduran en la memoria. Como todo buen evento... Para tener en cuenta. ☺

CIUDAD DE BUENOS AIRES

Los eventos que vienen

- Armineria 2011, VIII Exposición Internacional de Minería. Cuando: del 4 al 6 de mayo en el Centro Costa Salguero.
- arteBA 2011, Edición 20. Cuando: del 19 al 23 de mayo en La Rural, Juncal 4431.
- Feria Puro Diseño 2011. Cuando: del 19 al 25 de mayo en La Rural, Juncal 4431.

livin residence Venir a Rosario. Alojarse en casa.

www.livinresidence.com
3 de Febrero 2505, 52000PFG
Rosario, Santa Fe, Argentina
(0341) 5301717/18/19/20

Este informe fue realizado por Scanner Editorial S.A. no participando en el mismo personal de El Cronista Comercial. El diario no se responsabiliza por dichos contenidos.

SCANNEREDITORIAL

Tel: 4962-8228/4963-6776
Email: administracion@scannereditorial.com.ar

Intersur Hotel Villa Gesell
HOTEL LUZ Y FUERZA VILLA GESELL

• SALONES PARA CONGRESOS Y CONVENCIONES •
• INFRAESTRUCTURA ADECUADA CON ESPACIO PARA IMPORTANTES Y MULTITUDINARIOS EVENTOS •

PASEO 111 Y COSTANERA- 7165 VILLA GESELL
TEL/FAX:(02255)46-2579/3032/2685/4502/7620/7480

opinión

EVENTOS EMPRESARIOS A LA CARTA

Creemos y tenemos un buen pronóstico

POR CARLOS FABIAN VEGA
OWNER DE VEGA EVENTOS (*)



Desde hace un tiempo, para las empresas de todo tipo y tamaño, es muy importante realizar acciones que hagan visibles no solo sus productos, sino también logros, metas, beneficios, etc.

Por este motivo en los últimos años el sector de reuniones empresarias ha registrado un sostenido e importante crecimiento en cantidad de eventos internos, y más aún de eventos internacionales. Esto hace que todos los prestadores de este servicio estemos constantemente actualizados en todas las áreas, incluida la de tecnologías.

Después de las crisis que atravesó el país, incluida la de la Gripe A, el sector logró posicionarse en una senda de crecimiento moderado -aunque sostenido- y con buenas perspectivas para el futuro. Aún siendo este año electoral, hay grandes posibilidades de seguir creciendo. Eso sí, hay que estar constantemente atento a la innovación en todos los rubros.

Siempre insistimos a nuestros clientes que -como organizadores de eventos- podemos hacer que esa reunión corporativa que es tan importante para ellos la dejen en manos de profesionales que las organizan habitualmente. Así se aseguran el mejor resultado con la mejor relación costo/beneficio. Algo que se suele ver en eventos organizados sin el debido asesoramiento es que se emplean demasiados recursos humanos de las empresas para realizar tareas que no son para las que han sido contratados. Así desaprovechan ese recurso humano y lo sobrecargan de trabajo extra.

Desde Vega Eventos, como Organizadores de Eventos Corporativos, ponemos énfasis en la optimización de todos los recursos y utilizamos todo tipo de herramientas (artísticas, emotivas, visuales, culturales, tecnológicas, etc.). Además, incorporamos nuevas áreas y convenios con proveedores para que el resultado final de cada evento sea mejor que el esperado.

Vega Eventos es miembro de AOFREP (Asociación de Organizadores de Fiestas, Reuniones Empresariales y Proveedores de la República Argentina), lugar desde donde se está trabajando para profesionalizar la Organización de Eventos junto con el IRAM, contribuyendo con un ciclo de capacitación; con el asesoramiento de profesionales de los sectores legal, laboral y contable. Al momento de escribir esta nota, estamos a un día de reunirnos para tratar distintos temas, intercambiar ideas y tratar la problemática de nuestro sector.

En resumen, la Argentina tiene muy buenas posibilidades para esta actividad. Esto lo dicen las estadísticas nacionales e internacionales. Incluso, muchas empresas del exterior vienen a realizar eventos aquí -Científicos, de convenciones, "Outing"- y seleccionan cualquiera de las plazas disponibles a lo largo y ancho de Argentina.

Creo que vamos por buen camino. Está en nosotros consolidar cada logro.

(*)www.vegaeventos.com.ar

Multimedios IP
www.multimediosip.com.ar

publicidad y comunicación digital dinámica

www.multimediosip.com.ar

el evento del mes

LA PASIÓN POR LA LECTURA VUELVE A CONVOCAR EN PALERMO

Feria del Libro: el evento en función de la cultura

Ya es un hábito de los amantes de la literatura. El evento destacado para los fanáticos de la tinta y el papel. Se trata de la Feria Internacional del Libro, la máxima cita literaria de la Argentina. Día tras día, la muestra atrae una multitud de público en el predio de La Rural. Y en sus 47.500 metros cuadrados de superficie, ofrece distintas propuestas a sus visitantes. Lo demuestran las cifras aportadas por los organizadores: en esta edición, participan unos 1.500 expositores, 42 países están presente en los stands y hay 11 de salas para presenciar actos y conferencias.

Como cada año, la Feria Internacional del Libro presenta una novedad para sus visitantes. En este caso, es el espacio dedicado a la lectura digital en el Pabellón Azul. Allí, los lectores pueden experimentar nuevos dispositivos de consumo literario, entre ellos el libro electrónico, las tabletas y los celulares inteligentes. Y al mismo tiempo, tienen la posibilidad de consultar algunos de los 15 mil títulos disponibles en castellano.

Desde su apertura, el 20 de abril, la Feria Internacional del Libro recibió a grandes figuras de la literatura, como Mario Vargas Llosa. No sólo eso: también fue sede del



Los libros son protagonistas en un marco espectacular.

lanzamiento de Buenos Aires como Capital del Libro 2011; una distinción otorgada por la Unesco. Y días atrás, alojó el 6º Festival Internacional de Poesía, con la participación de destacados poetas nacionales y extranjeros. Aquellas personas que aún no visitaron la muestra, tendrán tiempo de hacerlo hasta el próximo 9 de mayo. La entrada cuesta 15 pesos, con descuentos para jubilados y estudiantes.

DEL 3 AL 5 DE JUNIO

Expo Lanús 2011, vidriera de industrias y comercios

Organizada por el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, el Municipio de Lanús y el Instituto Municipal de Desarrollo Económico (IMDELA), del 3 al 5 de junio, de 15 a 21, se desarrollará la IV edición de la Exposición Multisectorial de la Industria, Comercio y Servicio de Lanús denominada "Expo Lanús 2011". Se realizará dentro del predio del palacio municipal, Av. Hipólito Irigoyen 3863 en Lanús Oeste. Participarán las más importantes empresas, comercios, servicios, cámaras comerciales, microempresarios e instituciones públicas y privadas del partido, las cuales expondrán sus productos y actividades. También, habrá una Ronda de Negocios coorganizada con CAME y habrá diversas atracciones para los niños y la familia, actividades culturales, juegos y shows musicales. Los visitantes podrán degustar las diferentes comidas típicas en los stands de las colectividades. Los interesados en sumarse pueden comunicarse al Instituto Municipal de Desarrollo Económico de Lanús (IMDELA) al 4241-5839 / 4249-5203.



San Juan

una aventura para disfrutar!

Secretaría de Estado de Turismo,
Cultura y Medio Ambiente



SAN JUAN
GOBIERNO



“Crear valor social requiere pensarlo sistemáticamente”

Gabriel Berger, director del Centro de Innovación Social de la UDeSA, comentó la necesidad de acercar la inversión social empresaria al core de la empresa.

Por Nicolás Toranzo

El desafío de lograr actividades comerciales que sirvan de plataforma para incorporar a los estratos menos favorecidos de la población es uno de los más grandes para las economías emergentes. Gabriel Berger, director del Centro de Innovación Social de la Universidad de San Andrés (UdeSA), comentó los resultados que lograron revelar en su última investigación centrada en Iberoamérica y que cubrió nueve países.

“Negocios inclusivos son aquellas actividades empresariales que permiten la participación de los más pobres en cadenas de generación de valor, logrando que capturen para sí mismo valor económico y mejoren sus condiciones de vida”, definió Berger durante su presentación en el foro RSE. El investigador diferenció este tipo de actividades de los denominados “negocios en la base de la pirámide”, donde los sectores de bajos ingresos sólo aparecen como clientes o consumidores, pero no tienen el liderazgo en la iniciativa.

De entrada

“Nos interesaba ver cuál era el rol que desempeñaban los sectores de bajos ingresos en los negocios inclusivos, yendo más allá del enfoque tradicional”, comentó Berger respecto del foco de su trabajo. La meta: relevar si estos sectores podían desempeñarse como proveedores, distribuidores o socios. Entre los ejemplos estudiados citó a artesanos de Perú que se organizan y generan un portafolio de negocios y cooperativas ligadas al reciclaje en Colombia.

Berger explicó que estos negocios “no se desarrollaron de manera exitosa de entrada” sino que “hay que tratar de innovar hasta llegar al modelo de negocios que permita generar valor económico y lograr cierta sustentabilidad en la iniciativa”.

Uno de los puntos que destacó fue ver si estos negocios son



“Hay que tratar de innovar hasta llegar al modelo de negocios que permita generar valor económico y lograr cierta sustentabilidad en la iniciativa.”

capaces de crear valor social. Este valor tiene cuatro dimensiones. Dos son tangibles: el acceso a bienes y servicios para mejorar la calidad de vida y la capacidad de generar ingresos. Por otro lado, los dos aspectos intangibles son el desarrollo de capital social y la capacidad de construcción de ciudadanía y de ejercicio de derechos.

“En la medida que acerquemos la inversión social empresaria al corazón de lo que la empresa sabe hacer seguramente vamos a tener la posibilidad de generar mayor impacto social”, sostuvo Berger.

Los interrogantes

El especialista aseguró que hay que superar viejos mitos que existen sobre los pobres, como por ejemplo que no quieren trabajar, no pagan, son irresponsables o no tienen conducta. Además, resaltó los beneficios

de un modelo de financiación para microemprendimientos.

“Cualquiera que estudia microfinanzas sabe que esto no es cierto. Cuando están bien hechas las microfinanzas las tasas de repagos son tanto o más altas que en el sistema financiero tradicional”, afirmó.

Luego, repasó algunos factores críticos de estos negocios inclusivos entre los que estaban la necesidad de las empresas de generar transformaciones organizacionales profundas, calibrar qué es valor para los sectores de bajos ingresos, aprender a trabajar con otro tipo de actores y crear liderazgos emprendedores, tanto a nivel empresa como en la comunidad.

También abrió algunos interrogantes. Entre ellos destacó: ¿Es posible generar valor económico significativo? ¿La gran empresa es el actor clave de los negocios inclusivos y define qué modelo organizacional se requiere? Las respuestas a estas preguntas fueron que todavía no se conoce con certeza el valor que producen. La empresa “no es el único actor y el desafío es cómo se articula con los demás”. Además, hay que replantearse el modelo tradicional de las organizaciones. Para finalizar declaró que “es posible crear valor social y no siempre se crea. Para hacerlo hay que pensarlo sistemáticamente”.

“Con transferir recursos, no basta”

Carlos March, titular de la fundación AVINA, definió las claves para proyectos éticos sustentables.

Ética es, quizás, una de las palabras más utilizadas en el entorno de la Responsabilidad Social Empresarial. No siempre sobre una base objetiva, mucho menos si de proyectos de negocios se trata. Sin embargo, sí existen pilares que permiten definir un marco identificador. En su ponencia, Carlos March, responsable de la fundación AVINA, marcó los principales. “El proyecto ético tiene tres elementos: poder ciudadano, dignidad humana y capital social”, arrancó March. Cada elemento, explicó, está formado por tres componentes.

El poder ciudadano tiene que ver con el acceso a derechos, democracia participativa e institucionalidad democrática. La dignidad humana está conformada por “equidad, en cuanto a generar acceso a las oportunidades, confianza y riqueza”. Por último, el capital social “se compone de bienes públicos, entendido como aquello que está a disposición de la ciudadanía en igual cantidad y calidad”.

Una de las estrategias para articular estos elementos es la inversión social. Frente a ello, hay cuatro actitudes que generan una acción y ésta provoca un resultado y un rol social en la persona o institución ayudada. La primera es la asistencial. “Genera las condiciones de base para poder llegar a instancias más evolucionadas. La acción es dar lo que sobra, el resultado social es mitigar el problema y el rol social creado es un objeto de asistencia”, comentó March.

Asumir un compromiso es la segunda actitud y “la acción es transferir recursos propios. El resultado general es dejar capacidad instalada y el rol social creado es un proyecto fortalecido pero dentro del contexto”.

Capacidad aplicada

La tercera actitud es de riesgo. La acción es invertir capital y acompañar el proceso. El resultado es generar capacidad aplicada. El rol social creado: inclusión en la cadena de valor. “No basta con transferir recursos,

que hay que acompañar el proceso transfiriendo *know how*”, apuntó.

Por último, la cuarta actitud tiene que ver con la transformación, la acción es invertir en lo que el otro necesita, el resultado es capacidad transformadora y el rol social, un sujeto de cambio.

Si bien están separados, los cuatro niveles no están aislados. Se conjugan permanentemente ya que la transformación social no se trata de sucesos sino de sostener procesos.

“El gran problema para generar proyectos éticos es, básicamente, cómo articulamos a los distintos componentes para generar potencia”, afirmó March. “Tenemos masa crítica, incentivos e institucionalidad, y se tienen que alinear en simultáneo”. Si falta uno de los tres componentes no se está construyendo



un proyecto ético.

Para terminar, profundizó en la irreversibilidad del proyecto ético. Este concepto no significa que no se pueda cambiar, sino que no retroceda. “Está mucho más cercano a la lógica del empresario que a la de la sociedad civil, que no tiene poder para generar transformación irreversible, o a la de la dirigencia política, cuyo horizonte es la próxima elección”. Por ello, dice March, la lógica empresarial se encuentra mucho más cercana a la necesidad social de construir largo plazo.

M.T.

Si una persona se compromete con los valores humanos esenciales, su interior y su entorno se transforman.

Como empresa imitamos esos gestos que convierten el presente en un mejor lugar para proyectar futuros.

GRUPO SANCOR SEGUROS
www.gruposancorseguros.com

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

“El desafío es articular lo público con lo privado”

El desafío para lograr una transformación social en los próximos años es articular el sector público con el privado. Daniel Arroyo, consultor del Banco Mundial y ex viceministro de Desarrollo Social de la Nación, explicó cuál es el camino para lograrlo y qué peligros acechan.

Si se trata de explicar la compleja relación entre el sector público y el privado en la Argentina, pocas personas son tan idóneas para hacerlo como Daniel Arroyo. Académico, consultor del Banco Mundial y de Unicef, ex viceministro de Desarrollo Social de la Nación y actual director del programa Provincia Microempresas del grupo BAPRO, Arroyo es un referente en políticas públicas.

Como uno de los platos principales del 5to. foro de RSE, el también ex-ministro de Desarrollo Social de la provincia de Buenos Aires, expuso su visión sobre los nuevos problemas sociales que aquejan al país y planteó el gran desafío para lo que viene: desarrollar ideas y soluciones desde una acción articulada entre el Estado, las empresas y las organizaciones del tercer sector.

“Si tomamos una foto de la situación social argentina hoy, se pueden identificar cinco problemas centrales: la pobreza estructural, la informalidad económica, la desigualdad, los jóvenes que no estudian ni trabajan y las temáticas de salud”, enumeró Arroyo. Y agregó: “Casi todos son problemas que surgieron en los últimos 15 años, por lo tanto, requieren de nuevas soluciones: el gran desafío es articular lo público con lo privado. Los problemas sociales en la Argentina y en América latina son problemas de mayo-



Daniel Arroyo en el 5to foro de RSE que organizaron El Cronista Comercial y Revista Apertura.

rías, entonces, requieren soluciones masivas y amplias”.

Frente a un auditorio colmado por referentes locales en RSE, Arroyo evaluó la evolución del sector en la Argentina. “Desde 2007, comenzó una etapa programática, donde claramente la RSE gira en torno a la promoción: el grueso de los recursos están orientados a becas,

actividades educativas y productivas, a microcréditos y a la capacitación laboral”. Al respecto, aportó un dato que refleja la mayor presencia de las empresas en asuntos sociales: en 2010 hubo 20.000 chicos en edad escolar becados por el sector privado. “Si los comparamos con las 350.000 becas que otorga el Estado, vemos que, por primera vez,

las empresas empiezan a tener un impacto sobre la problemática de la educación”, sostuvo.

Desafíos sustentables

Arroyo se preguntó cuál es el desafío en cuanto a la sustentabilidad e identificó tres grandes temas. Comenzó por lo que llamó “el desequilibrio territorial de la sociedad”, ya que en Buenos Aires, en el 1% del territorio nacional, viven 14 millones de personas. “Con lo cual, un primer desafío es crear una gran red de servicios de salud y educación para ser un país sustentable territorialmente”, dijo.

Un segundo punto, según Arroyo, es la incidencia de la sociedad civil. “El Ministerio de Desarrollo Social de La Nación tenía \$ 1.500 millones de presupuesto en el año 2003 y este año tiene \$ 18.000 millones. Un rol central de las empresas será fortalecer las 80.000 organizaciones sociales que forman la sociedad civil y generar condiciones para aumentar su capacidad de gestión”, remarcó.

Por último, se refirió “al más complejo de los problemas”, el de las ideas y la metodología. “La Argentina tiene nuevos problemas sociales, pero en un contexto económico claramente favorable. Esto nos obliga a desarrollar nuevas ideas y soluciones”, sentenció el experto.

M.T

“La pobreza es la base de sociedades inestables”

Las economías no tienen otra opción que apostar por la sustentabilidad. Sebastian Bigorito, director Ejecutivo del Consejo Empresario para el Desarrollo Sustentable (CEADS) comentó por qué.

La sustentabilidad es mucho más que un modelo o una opción. Para Sebastian Bigorito, director Ejecutivo del Consejo Empresario para el Desarrollo Sustentable (CEADS), es la única salida posible para un mundo en cambio y que se encuentra ante el desafío de tener que ofrecer soluciones a una población creciendo a múltiples millones. Por eso, el directivo comenzó su presentación con la siguiente frase: “La lógica de las empresas a largo plazo es la de la sustentabilidad y eso ocurre porque no existen empresas exitosas en sociedades que fracasan”.

“El convencimiento del sector empresarial y las sociedades respecto a la sustentabilidad tienen que ver con la convicción, la conveniencia, la presión regulatoria y de los mercados, y la restricción”, aseguró Bigorito. Aprovechó su ponencia para advertir que, si no se llega a la sustentabilidad para 2050, habrá 9.000 millones de habitantes en el planeta que, para que vivir bien, necesitarán 2,3 planetas.

“La otra posibilidad sería crecer a esa cantidad pero manteniendo los niveles de desigualdad”, lo cual no es bueno porque “la pobreza es la base sobre la que se generan sociedades inestables, conflictivas y poco prósperas para el negocio”, remarcó. Bigorito explicó que el índice de Desarrollo Humano no refleja exactamente la realidad ya que tiene una gran preponderancia la parte económica y deja afuera otros datos. En los Estados Unidos (EE.UU.), por ejemplo, “hay un *gap* entre la curva de la felicidad y el PBI *per capita*. Tienen un PBI por habitante alto pero su índice de felicidad es bajo”.

El director del CEADS destacó cuatro preocupaciones del mundo empresarial que generan incertidumbre acerca de la sustentabilidad. “El primero es el gran desastre en Japón que pone en riesgo la agenda climática, porque la energía nuclear estaba siendo socialmente aceptada como una de las soluciones de transición hasta que las economías verdes empiecen a crecer”. Relacionado con este punto también están los conflictos en el mundo árabe que amenazan con subir el precio de los combustibles fósiles.

La tercera preocupación son las elecciones en los EE.UU. ya que bajo la presidencia de Barack Obama por primera

vez el país firmó el Protocolo de Kyoto y logró que Rusia también lo firmara.

El último y más importante punto es la realización de Río + 20, la tercera gran cumbre de la tierra. La primera, Río + 0, fue en 1992 “y generó un quiebre en las agendas empresariales porque antes del ‘92 los temas de sustentabilidad no estaban en la agenda”. En 2002, se realizó Río + 10, aunque, en realidad, se hizo en Johannesburgo “ya que el Foro Social anti Davos se hizo en Río Grande”. En esta segunda edición “había muchas expectativas, no sólo en lo ambiental sino en la agenda social que venía creciendo fuertemente”.

“Llegamos a Río + 20 con grandes incertidumbres”, expresó Bigorito en La Rural. Sin embargo, la esperanza está vigente: se trata de la primera cumbre que es organizada por el G20, por lo cual los temas emergentes como pobreza, crisis energética y alimentaria van a ser parte de la agenda. Aún así, la agenda formal todavía no está clara ya que hay temas de los cuales sólo se sabe el nombre. “Tenemos *green economy* pero no sabemos si vamos a discutir qué es la *green economy* o si es el momento de hablar de ella”. Por eso, concluyó, “por ahí no importa lo que se hable sino cuáles son las expectativas”.

N.T.



Sebastián Bigorito, del Consejo Empresario para el Desarrollo Sustentable (CEADS).

Cuatro temas del mundo empresarial con foco en la sustentabilidad

- El gran desastre en Japón pone en riesgo la agenda climática, porque la energía nuclear estaba siendo socialmente aceptada como una de las soluciones de transición hasta que las economías verdes empiecen a ser económicamente viables.
- Los conflictos en el mundo árabe amenazan con subir el precio de los combustibles fósiles.
- Las elecciones en los EE.UU., ya que, bajo la presidencia de Barack Obama, por primera vez, el país firmó el Protocolo de Kyoto y logró que Rusia también lo haga.
- La realización de Río + 20, la tercer gran cumbre de la tierra.