



La responsabilidad social de las empresas de la industria del petróleo y del gas



INSTITUTO ARGENTINO
DEL PETRÓLEO Y DEL GAS

Informe 2013

Índice

Prólogo	3
Introducción	4
Características de las empresas	6
Relaciones internas y su contexto	11
Empresas y acción comunitaria	23
Conclusiones principales	46
Conclusión general	50
Referencias bibliográficas	52
Programas en la comunidad	53

La publicación de este estudio se ha realizado gracias a las colaboración de las siguientes empresas:

Apache Argentina
Axion Energy Argentina S.A.
Bolland y Cia. S.A.
Chevron Argentina S.R.L.
Contreras
ExxonMobil Exploration Argentina S.R.L.
Gas Natural Fenosa
GeoPark
Medanito S.A.
Pan American Energy
Petrobras Argentina S.A.
Pluspetrol S.A.
Sinopec Argentina Exploration and Production, Inc.
Skanska S.A.
Tecpetrol S.A.
Transportadora de Gas del Norte S.A. (TGN)
Transportadora de Gas del Sur S.A. (TGS)
Total Austral S.A.
Wintershall Energía S.A.
YPF S.A.

Prólogo

Sustentabilidad es el concepto que le otorga valor agregado al de RSE. Las empresas se han comprometido, cada vez más, con la perspectiva de mirar y proyectar a largo plazo.

El sector del petróleo y del gas, una vez más, mediante el liderazgo del IAPG, ha presentado la capacidad de impulsar el análisis de distintas dimensiones de RSE, y ahora con la visión de sustentabilidad. En los estudios realizados y presentados en los años 2001, 2004, 2007, 2009, 2011, y el presente, correspondiente al año 2013, con participación de empresas de distinto tamaño, el sector -en más de 10 años- ha continuado con el procedimiento del propio análisis en favor de la mejora continua.

Nuevamente se refuerza la idea de tener resultados como sector, teniendo en cuenta los diferentes tamaños de las empresas, lo que permite contar con elementos descriptivos, comparativos, así como también evaluativos.

El IAPG, como organización técnica, ha mostrado expansión, pues pasó de tener 97 compañías asociadas en el 2001, a 113 en el 2004, 157 en el 2007, 159 en el 2009, 153 en el 2011 y 154 en el 2013. En los estudios que realiza regularmente, si bien no siempre participa el mismo número de empresas, en todos ellos han respondido compañías de distinto tamaño, lo que asegura poder reconocer la heterogeneidad de la conformación.

Más allá de las diferencias entre las empresas, el sector presenta algunas características básicas, que son parte de su configuración fundamental y, le otorgan un perfil diferencial.

Elas son las siguientes:

- Radicación de las empresas según la disponibilidad del recurso natural.
- Inversiones de capital orientadas por el largo plazo.
- Uso de capital intensivo e incorporación permanente de nuevas tecnologías.
- Presencia de sus productos en toda la sociedad.

Al igual que en informes anteriores, se consideró la RSE teniendo en cuenta diferentes dimensiones: los cambios que han experimentado las empresas en el transcurso de estos años, en temas relativos al cuidado del medio ambiente, la salud, la seguridad y la higiene, las condiciones y beneficios para el personal, y acciones en la comunidad. No deja de verse con agrado cómo un programa iniciado individualmente, luego se va extendiendo en diversas empresas y distintas localidades.

Este sexto informe, tal como los realizados en los años 2001, 2004, 2007, 2009 y 2011, fue confeccionado por la Dra. Beatriz Balian de Tagtachian, Vicerrectora de la Universidad Católica Argentina y la Licenciada Betsabé Policastro, docente de la Universidad Nacional de La Pampa.

La continuidad en el abordaje y el conocimiento de este tema y su publicación es un ejercicio de transparencia, al mismo tiempo que un instrumento de comparación y de ayuda para mejorar los propios niveles de desarrollo.

Comisión de Relaciones Institucionales del IAPG

Introducción

Planteamiento, objetivos y lineamientos metodológicos

Las estrategias empresariales en la sociedad contemporánea se presentan ligadas al concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Ello requiere un análisis continuo y sistemático de las acciones que se realizan al respecto.

Los informes que se presentan a Naciones Unidas, referidos al cumplimiento de los Principios del Pacto Global, avalan y constituyen un estímulo para una renovación sostenida. Los diferentes aspectos que tratan se conectan también cada vez más al de sustentabilidad.

Además de estas diferentes orientaciones, las empresas se comprometen con la comunidad mediante diferentes acciones, tales como el apoyo directo a necesidades básicas y/o la colaboración y articulación con distintas organizaciones para la realización de proyectos sociales.

El estudio propuesto para el año 2013 procura nuevamente relevar las características básicas de las empresas y de los distintos aspectos que, en general, son los que se incluyen en diferentes definiciones del concepto y guías de análisis para la elaboración de memorias. Son aquellos que se refieren a la empresa misma, tales como certificaciones, cuidado del medio ambiente, pautas de salud, seguridad e higiene, relaciones con clientes y proveedores, actividades en la comunidad y presentación de informes. También, aquellas que se vinculan más directamente con su personal: clima socio-laboral, formación, beneficios laborales y sociales, así como las relaciones con la comunidad mediante voluntariado.

En el informe del IAPG del 2009 se presentó la consulta acerca de nuevos temas, como políticas sobre adicciones y tratamiento de residuos eléctricos y electrónicos; en el 2011, por primera vez, se trataron los programas de conciliación trabajo y familia, porcentajes de proveedores nacionales, y en el área de relaciones con la comunidad, la indagación sobre la existencia de proyectos de temas de la “agenda pública”. En el 2013 se incorporaron





nuevas consultas sobre el personal, tales como la implementación de políticas que lo resguardan y lo benefician, los diferentes aspectos de los derechos humanos y la difusión de los informes de RSE en las redes sociales.

En relación a estos propósitos, se plantearon las siguientes acciones:

1. Relevar y sistematizar las diferentes dimensiones del concepto: los múltiples aspectos internos de las empresas y sus vinculaciones con la comunidad, según se hizo en estudios anteriores.
2. Comparar los puntos relevados con los resultados de informes anteriores de los años 2001, 2004, 2007, 2009 y 2011 (Balian).
3. Identificar las transformaciones en las distintas dimensiones de la Responsabilidad Social Empresaria en el sector, y otorgarle visibilidad a nuevos aspectos.
4. Construir un perfil de las empresas estudiadas, teniendo en cuenta el conjunto de los aspectos relevados y la representación del concepto en el sector.
5. Proponer posibles líneas de acción.

a) Interrogantes principales

El trabajo está orientado por dos preguntas básicas:

- 1) Las diferentes dimensiones de la RSE, ¿se presentan de manera distinta según el tamaño de las empresas o su antigüedad?
- 2) ¿Cuáles han sido los principales cambios en los últimos años?

b) Lineamientos metodológicos

A fin de relevar la información necesaria, se procedió al diseño de un cuestionario, tomando como base los realizados anteriormente, con la incorporación de aquellos aspectos que pudieran sugerir nuevos enfoques.

Este cuestionario propuesto fue analizado y discutido por los miembros de la Comisión de Relaciones Institucionales del IAPG, hasta llegar al definitivo.

A posteriori, el IAPG lo envió a sus socios, y el mismo fue respondido entre junio y septiembre de 2013. Son 33 las empresas que respondieron, las cuales son de distinto tamaño y con presencia en varias zonas del país. Así, se obtuvo una muestra seleccionada, conformada por casos de interés útiles para este trabajo de investigación.

A lo largo de estos años, no son siempre las mismas empresas las que responden, pero el interés en participar puede suponerse que permite reflejar las condiciones del sector; por ello, aunque las empresas sean distintas, caracterizan al sector en ese momento y es posible la comparación.

Los datos obtenidos se procesaron mediante el programa electrónico de análisis estadísticos *SPSS (Statistical Package Social Science)*. Para ello, se tuvo especialmente en cuenta el tamaño de las empresas, el año de iniciación de las operaciones, la localización de las actividades de las empresas, entre otras variables, a fin de poder realizar una descripción analítica y comparar con los informes anteriores. Mediante el análisis de contenido, se consideraron las preguntas abiertas y el material complementario enviado por las empresas.

Características de las empresas

1. Tamaño de las empresas y año de iniciación de las operaciones

Las 33 empresas consultadas en el 2013 son de distinto tamaño, según la cantidad de empleados. La mayor proporción corresponde a las que tienen más de 600, según se advierte en el cuadro 1. El estrato que corresponde a empresas que tienen entre 200 y 599 empleados es el menor (24%). El que presenta hasta 199 empleados alcanza un valor del 27%, y el que supera a este es el que tiene más de 600 empleados, con 49%.

En relación a la distribución del 2011, se observa una menor proporción de las empresas de menor tamaño y un aumento de las más grandes. Es una configuración similar a la muestra del 2007.

Cuadro 1. **Tamaño de las empresas. Comparación 2001-2004-2007-2009-2011-2013.**

	2001	2004	2007	2009	2011	2013
Hasta 199 empleados	29%	32%	22%	36%	35%	27%
Entre 200 y 599 empleados	33%	32%	24%	29%	25%	24%
Más de 600 empleados	38%	36%	54%	35%	40%	49%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

De acuerdo con el cuadro 2, se presenta una relación entre el tamaño de las empresas y el año de iniciación de las operaciones. Las de mayor dimensión se han iniciado predominantemente antes de 1991 (60%), y las de menor tamaño son de creación más reciente (43%).

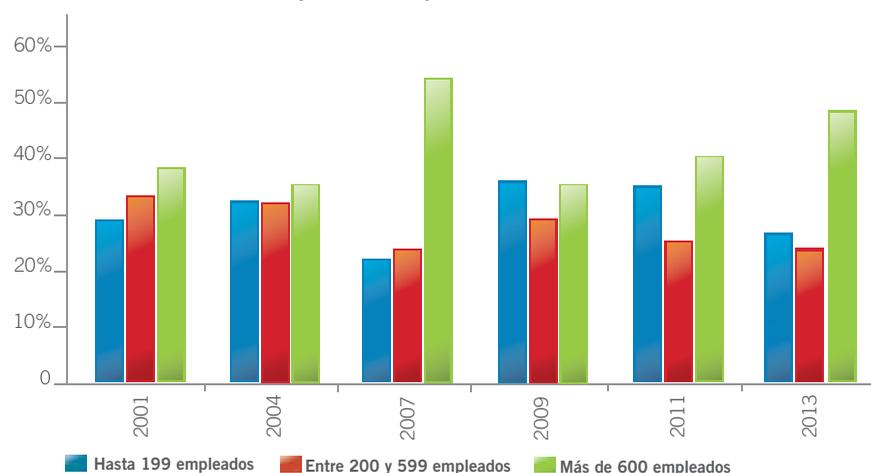
En el gráfico 1 se advierte la diferente composición de las muestras de cada año de estudio.

Cuadro 2. **Tamaño de empresas por año de iniciación de las operaciones.**

	Antes de 1991	1991-2000	2001 y más	Total
Hasta 199 empleados	27%	18%	43%	29%
200-599 empleados	13%	45%	14%	24%
600 y más empleados	60%	37%	43%	47%
Total	100%	100%	100%	100%



Gráfico 1. Tamaño de las empresas. Comparación 2001- 2004-2007-2009-2011-2013.



2. Rama en las que desarrollan actividades

Producción y exploración son las principales actividades de las empresas del sector en el 2013, y en una proporción menor la de servicios petroleros. En el cuadro 3, el análisis comparativo con años anteriores permite advertir que, en general, la mayor proporción corresponde a producción, a excepción del informe del 2009, cuando predominaban las empresas de servicios petroleros.

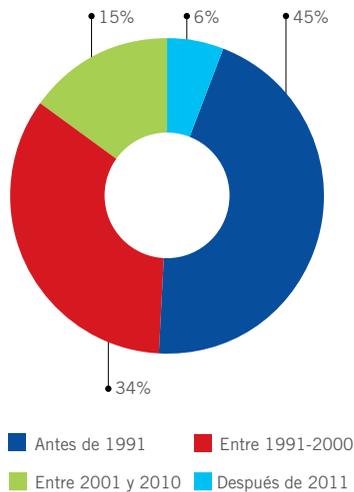
Cuadro 3. Ramas en las que se desenvuelven las empresas. Comparación 2001-2004-2007-2009-2011-2013. Respuestas múltiples.

	2001	2004	2007	2009	2011	2013
Producción	24%	30%	32%	18%	30%	39%
Exploración	20%	22%	27%	18%	23%	33%
Servicios petroleros	12%	16%	22%	27%	20%	24%
Distribución de gas	20%	14%	19%	8%	13%	12%
Transporte de gas	15%	8%	16%	8%	13%	18%
Comercialización de combustibles	13%	5%	13%	8%	5%	9%
Empresa integrada	10%	5%	11%	5%	10%	9%
Refinación	7%	8%	8%	3%	3%	9%
Transporte de petróleo	5%	3%	5%	3%	8%	9%
Transporte marítimo de petróleo	S/D	S/D	3%	S/D	3%	12%

También se mencionan otras respuestas relativas a la generación de productos o diferentes servicios, tales como generación eléctrica, metalmeccánica, plantas llave en mano, operación y mantenimiento para los mercados del petróleo y del gas, fabricación de piezas para la producción de gas y petróleo, plantas modulares, servicio de tratamiento y acondicionamiento de gas natural, servicios de consultoría en ingeniería, gerenciamiento de proyectos, servicios de remolcador, *rental* de equipos, entre otras.

Al analizar el tipo de actividades según el año de iniciación de operaciones (cuadro 4), se observa que la mayoría de las empresas se desenvuelve en producción, y comenzaron sus operaciones a partir de la década de 1990.

Gráfico 2. Año de inicio de operaciones de las empresas consultadas con el nombre que llevan actualmente.



Cuadro 4. Ramas en las que se desenvuelven las empresas por año de iniciación de las operaciones.

	Antes de 1991	Entre 1991-2000	Después de 2000	Total
Servicios	47%	18%		27%
Producción	27%	55%	57%	43%
Ambos	26%	27%	43%	30%
Total	100%	100%	100%	100%

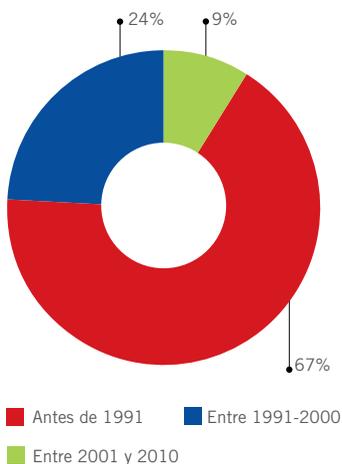
3. Dinámica del sector

El sector muestra heterogeneidad según el tamaño de las empresas y el tipo de actividad. Pero además, si se toma en cuenta el cambio de designación de las empresas, puede decirse que presenta transformaciones, pues la consulta acerca del año que iniciaron operaciones con el nombre que llevan en la actualidad (gráfico 2), y el año que iniciaron operaciones independientemente del nombre que llevan actualmente (gráfico 3), muestra diferencias. Las empresas se venden, cambian su denominación de acuerdo con el grupo comprador. Se advierte que las empresas que iniciaron operaciones antes de 1991 con su nombre vigente son el 45% de la actual muestra. Sin embargo, al consultar el año de inicio de operaciones independientemente del nombre actual, la proporción es de 67%. Si bien hay algunas empresas que se mantienen, otras están sujetas a cambios de firma.

Los diferentes estudios consecutivos permiten reafirmar una tipología de empresas del sector ya adelantada:

- 1) Empresas “históricas”, surgidas antes de 1991, con más de 600 empleados y dedicadas principalmente a producción.
- 2) Empresas “de la internacionalización/globalización”, surgidas entre 1991 y 2000, con diferentes tamaños y dedicadas principalmente a producción.
- 3) Empresas “nuevas”, surgidas a partir del 2001, de menor tamaño y dedicadas principalmente a servicios.

Gráfico 3. Año de inicio de operaciones de las empresas consultadas independientemente del nombre que llevan actualmente.



4. Distribución provincial de las actividades económicas de las empresas

La consulta acerca de cuáles son las jurisdicciones donde las empresas desarrollan actualmente actividades industriales y/o comerciales, permite conocer la distribución proporcional. En la tabla 1 se presenta el predominio de dos jurisdicciones: Ciudad de Buenos Aires y Neuquén, las mismas que lo fueron en los estudios del 2001, 2004, 2007, 2009 y 2011. La primera predomina probablemente por las sedes comerciales, y la segunda por sus recursos naturales.

La distribución general de presencia de empresas del sector en las provincias permite trazar tres grandes tipos:

- a) *De mayor presencia:* (entre el 82% y 46%) Se trata de las provincias que tienen mayor actividad empresaria. Son las jurisdicciones de Ciudad de Buenos Aires, Neuquén, Santa Cruz, Río Negro, Chubut, Salta, Pcia. de Bs. As.
- b) *De mediana presencia:* (entre el 45% y 30%) Las jurisdicciones con media presencia empresaria son el Conurbano Bonaerense, Mendoza, Tierra del Fuego, Santa Fe, Tucumán, La Pampa.

c) *De menor presencia:* (menos del 30%) Las jurisdicciones con menor presencia empresarial de este sector son Córdoba, Santiago del Estero, Jujuy, Entre Ríos, Catamarca, La Rioja, San Juan, Formosa, San Luis, Corrientes, Chaco y Misiones.

En el primero y segundo tipo, se advierte presencia en provincias de la zona patagónica; en cambio, en el tercer tipo, se trata principalmente de las provincias de las regiones noreste y noroeste del país. En el NOA, la excepción es la provincia de Salta que, por poseer recurso natural propio del sector, tiene mayor presencia de estas empresas.

5. Cobertura empresarial

La segmentación de las empresas según las jurisdicciones que abarcan se presenta en el cuadro 5.

Cuadro 5. Proporción de empresas por cantidad de jurisdicciones donde operan. Comparación 2009-2011-2013.

	2009	2011	2013
Hasta 4 jurisdicciones	25%	23%	33%
5 a 14 jurisdicciones	60%	65%	52%
15 y más jurisdicciones	15%	12%	15%
Total	100%	100%	100%

Las cifras correspondientes a cobertura geográfica (cuadros 5 y 6), muestran que las empresas del sector están extendidas en el territorio del país, aunque haya aumentado la proporción del segmento de menor cantidad de jurisdicciones y disminuido la media. Eso les aporta una visión del país.

Al respecto, merece señalarse que la cantidad de personal de las empresas de la muestra en este estudio en la zona del Gran Buenos Aires (Ciudad de Buenos Aires y Conurbano), es de 14.842 empleados y, por otro lado, el interior del país es casi el doble: 27.215.

Puede observarse en el cuadro 6 que cuando la cantidad de jurisdicciones que cubren las empresas es menor a 4, la mayor proporción se presenta en aquellas que iniciaron sus operaciones después del 2001; en cambio, en las que están entre 5 y 14 jurisdicciones, la mayor proporción corresponde a empresas que se iniciaron antes de 1991. Puede pensarse que estas son las que tienen un perfil más arraigado.

Cuadro 6. Proporción de empresas según cantidad de jurisdicciones y por año de inicio de operaciones.

	Año de inicio de operaciones en la Argentina con el nombre que lleva actualmente			Total
	Antes de 1991	Entre 1991-2000	Después de 2000	
Hasta 4 jurisdicciones	21%	36%	43%	31%
5 a 14 jurisdicciones	64%	45%	43%	53%
15 y más jurisdicciones	15%	19%	14%	16%
Total	100%	100%	100%	100%

Tabla 1: Distribución provincial de las actividades económicas de las empresas.

Jurisdicciones	Porcentajes
CABA	82%
Neuquén	76%
Santa Cruz	58%
Río Negro	52%
Chubut	49%
Salta	49%
Provincia de Buenos Aires	46%
Conurbano Bonaerense	42%
Mendoza	39%
Tierra del Fuego	36%
Santa Fe	33%
La Pampa	30%
Tucumán	30%
Córdoba	27%
Santiago del Estero	27%
Jujuy	27%
Entre Ríos	21%
Catamarca	21%
La Rioja	18%
San Juan	18%
Formosa	12%
Corrientes	12%
Chaco	12%
San Luis	12%
Misiones	9%

6. Calificación y competitividad empresarial

La consulta acerca de si las empresas tenían certificaciones, indica que el 85% tiene algún tipo de certificación, y se observa una tendencia positiva respecto de los años 2009 y 2011 (gráfico 4). La mayor proporción corresponde a las empresas más grandes (gráfico 5).

Gráfico 4. **Certificaciones. Comparación 2009-2011-2013.**

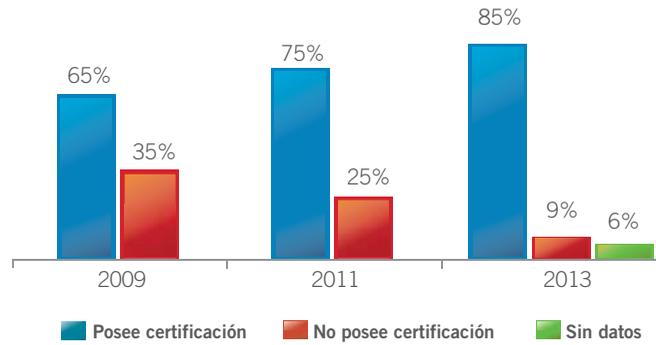


Gráfico 5. **Certificaciones según tamaño de empresas.**

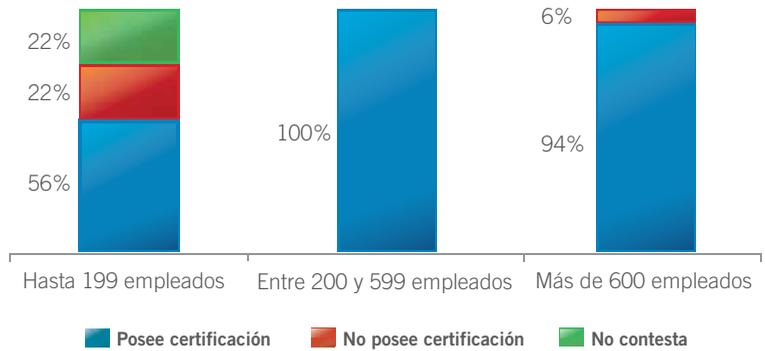
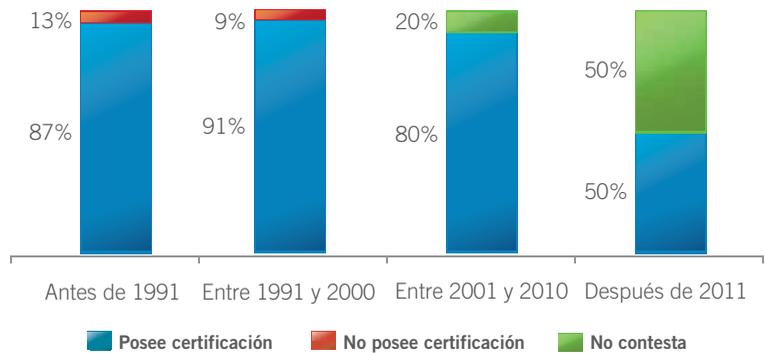


Gráfico 6. **Certificaciones según año de inicio de operaciones.**



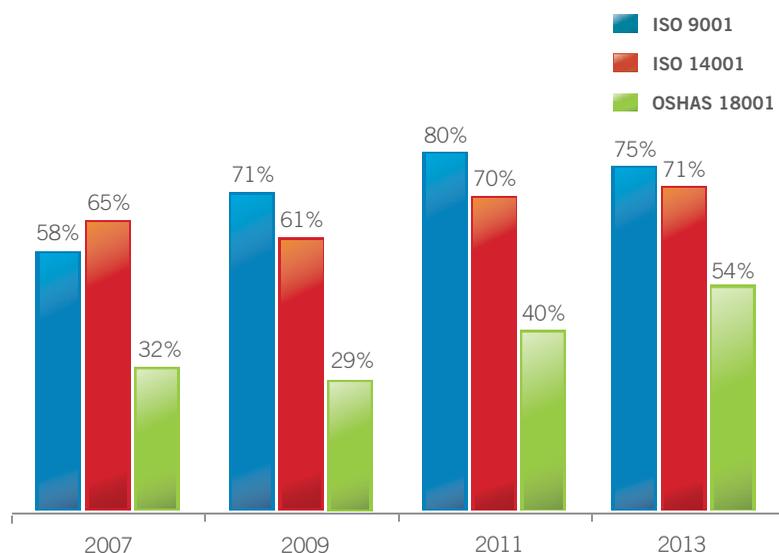
La certificación aparece asociada a un mayor número de empleados, y al considerarse según el año de inicio de operaciones se observa que la respuesta es menor en las empresas que se iniciaron después del 2001. El resto presenta un porcentaje superior al 80%. Puede suponerse que la calificación profesional es parte del sector.

Al analizar tres diferentes tipos de certificación, ISO 9.001, ISO 14.001 y OSHAS 18.001, se advierte un crecimiento sostenido en las tres, aunque el porcentaje es muy superior en la ISO 9001 hasta el 2011, y en el 2013 el crecimiento más relevante corresponde a la certificación de OSHAS 18.001, según puede observarse en el cuadro 7 y gráfico 7.

Cuadro 7: Certificaciones empresariales. Comparación 2007, 2009, 2011 y 2013. (Respuestas múltiples).

	2007	2009	2011	2013
ISO 9001	58%	71%	80%	78%
ISO 14001	65%	61%	70%	70%
OSHAS 18001	32%	29%	40%	56%

Gráfico 7. Proporción de empresas según tipo de certificaciones. Comparación 2007 - 2009 - 2011 - 2013.



También se mencionan las siguientes certificaciones: IRAM 301 - ISO 17025 Laboratorio de Calibraciones en las magnitudes de Presión, Caudal y Temperatura, API (*American Petroleum Institute*), SA 8000 (acuerdos internacionales sobre condiciones laborales), TS 16849 (se aplica en las fases de diseño y desarrollo de un nuevo producto), *Underwriters Laboratories Certificate of Compliance*.

De las empresas consultadas en el 2013 se constata que 37% tiene las tres certificaciones mencionadas, el 12% cuenta con dos acreditaciones, el 33% con una acreditación y el 18% no menciona ninguna de las tres acreditaciones relevadas. En resumen, el 82% de las empresas han pasado por la experiencia de la certificación.

Relaciones internas y su contexto

7. Gestión ambiental

Entre los diferentes aspectos relativos al medio ambiente, al igual que en los años 2009 y 2011, la capacitación para el cuidado del medio ambien-



te es la principal actividad de gestión ambiental. La comparación del 2009, 2011 y 2013 muestra que, con respecto a las acciones concretas, tales como mediciones o reciclaje, las proporciones se han mantenido o aumentado. Los resultados se presentan en el cuadro 8.

Cuadro 8. Realización de actividades de gestión ambiental -respuestas múltiples- Comparación 2009 - 2011 - 2013.

	2009	2011	2013
Capacitación para el cuidado del medioambiente	81%	84%	78%
Reciclaje de papel	74%	76%	75%
Medición de ahorro en el consumo eléctrico	49%	43%	50%
Medición de ahorro de papel	47%	32%	47%
Medición de ahorro de agua	30%	35%	34%

El análisis de estos temas según la cantidad de empleados (cuadro 9), muestra tres diferentes situaciones que perfila los tipos de empresas:

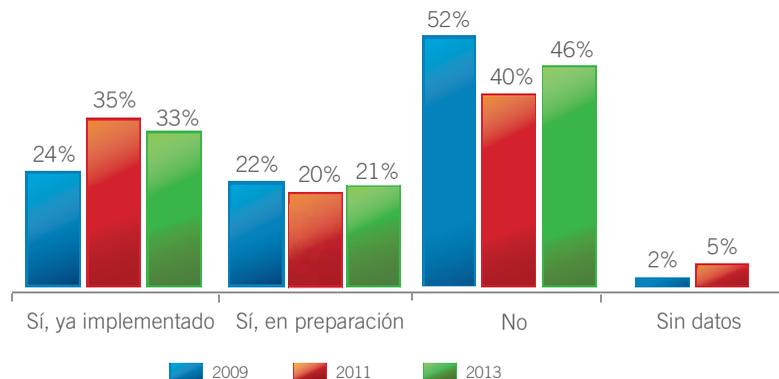
- Las empresas presentan mayor proporción según su tamaño en los ítems de capacitación, reciclaje de papel, auditorías internas y externas de gestión ambiental y medición de ahorro de papel.
- Las empresas de tamaño mediano y grande presentan alta proporción en la realización de capacitación y en la medición de dióxido de carbono y medición de metano.
- Las empresas de menor tamaño concentran sus esfuerzos en el reciclaje de papel y medición de ahorro en el consumo eléctrico.

Cuadro 9: Realización de actividades de gestión ambiental por tamaño de empresa -respuestas múltiples-.

	Total de empleados			Total
	Hasta 199 empleados	Entre 200 y 599 empleados	Más de 600 empleados	
Capacitación para el cuidado del medioambiente	33%	88%	100%	79%
Reciclaje de papel	56%	63%	94%	76%
Auditorías internas de gestión ambiental	33%	75%	94%	73%
Auditorías externas de gestión ambiental		63%	81%	55%
Medición de emisión de dióxido de carbono	22%	63%	63%	52%
Medición de ahorro en el consumo eléctrico	56%	25%	56%	48%
Medición de ahorro en el consumo de papel	33%	38%	56%	45%
Medición de metano		50%	50%	36%
Medición de ahorro en el consumo de agua	22%		56%	33%
Protección de espacios naturales	22%	13%	38%	27%

La comparación 2009-2011-2013 acerca del tratamiento de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, puede observarse en el gráfico 8, donde se advierte una tendencia positiva del 2009 al 2011 y un estancamiento en el 2013, con referencia a la implementación de medidas acerca de este tema.

Gráfico 8. Tratamiento de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos. Comparación 2009 - 2011 - 2013.



8. Una década de cuidado del medio ambiente

A fin de una mejor identificación de los cambios que se han producido en los últimos años, se consultó a las empresas con más de 10 años de antigüedad acerca de qué es lo que habían cambiado, principalmente en relación al cuidado del ambiente desde el 2001.

Las respuestas indican en la tabla 2 que el tema principal, al igual que en el 2011, es el tratamiento de residuos, y seguidamente, el reciclaje de materiales. También debe señalarse que los otros ítems, como el cuidado de recursos estratégicos -electricidad y agua-, y las acciones para disminución y estudio del dióxido de carbono, registran aumentos proporcionales.

Tabla 2. Acciones de gestión ambiental en los últimos 10 años. Respuestas múltiples.

Acciones	2011	2013
Tratamiento de residuos	77%	80%
Reciclaje de materiales	66%	60%
Acciones para reducir el consumo de elementos estratégicos (energía, agua)	51%	57%
Acciones para disminuir el nivel emitido de dióxido de carbono	40%	53%
Realización de estudios para determinar la emisión de dióxido de carbono	29%	50%

Cuadro 10. Acciones de gestión ambiental en los últimos 10 años por tamaño de empresa. Respuestas múltiples.

	Total de empleados			Total
	Hasta 199 empleados	Entre 200 y 599 empleados	Más de 600 empleados	
Tratamiento de residuos	43%	71%	100%	80%
Reciclaje de materiales	29%	43%	81%	60%
Tratamiento de agua	29%	57%	75%	60%
Acciones para reducir el consumo de elementos estratégicos (electricidad, agua)	29%	43%	75%	57%
Acciones para disminuir el nivel emitido de dióxido de carbono	14%	43%	75%	53%
Realización de estudios para determinar la emisión de dióxido de carbono		71%	63%	50%



El análisis según el tamaño de las empresas muestra que estos aspectos crecen proporcionalmente, tal como se puede apreciar en el cuadro 10. Las más grandes se destacan por su distancia con las medianas, en el reciclaje de materiales, las acciones para reducir el consumo de elementos estratégicos y la realización de estudios para determinar el dióxido de carbono.

9. Cumplimiento de parámetros de salud, seguridad e higiene

En el 2013, la percepción del grado de cumplimiento relativo a parámetros de legislación nacional e internacional vigentes en temas de salud, seguridad e higiene, presenta una tendencia ascendente en el nivel muy alto. Esto puede corroborarse en el cuadro 11.

Vale señalar que alcanza un valor semejante al del 2007, momento en que también fue alta la proporción de grandes empresas.

Cuadro 11. Percepción sobre el grado de cumplimiento de parámetros de salud, seguridad e higiene. Comparación 2007 - 2009 - 2011 - 2013.

	2007	2009	2011	2013
Muy alto	68%	56%	58%	67%
Alto	26%	36%	42%	27%
Mediano	3%	5%	-	6%
Bajo	-	-	-	-
Muy bajo	-	-	-	-
Sin datos	3%	3%	-	-
Total	100%	100%	100%	100%

Los aspectos presentados sobre salud, seguridad e higiene, se han complementado con la consulta a las empresas acerca de la existencia de políticas sobre consumo de alcohol y el uso de drogas.

Los resultados indican que las tendencias son ascendentes, aunque es más pronunciada en lo que se refiere al consumo del alcohol (cuadros 12 y 13).

Las respuestas a la consulta acerca del año en que comenzaron a aplicarse estas políticas, permiten señalar que se inician aisladamente en el 2000, pero se presenta una mayor concentración en los años 2005 y 2006, y luego se incrementa nuevamente a partir del 2010, tanto para el tema del alcohol como de las drogas.

Cuadro 12. Políticas sobre consumo de alcohol. Comparación 2009-2011-2013.

	2009	2011	2013
Sí	51%	60%	70%
No	49%	38%	30%
Sin datos	-	2%	-
Total	100%	100%	100%

Cuadro 13. Políticas sobre uso de drogas. Comparación 2009-2011-2013.

	2009	2011	2013
Sí	48%	60%	64%
No	52%	38%	36%
Sin datos	-	2%	-
Total	100%	100%	100%

Cuadro 14. Políticas sobre consumo de alcohol por tamaño de empresas.

	Total de empleados			Total
	Hasta 199 empleados	Entre 200 y 599 empleados	Más de 600 empleados	
Sí	56%	63%	81%	70%
No	44%	37%	19%	30%
Total	100%	100%	100%	100%

Cuadro 15. Políticas sobre uso de drogas por tamaño de empresas.

	Total de empleados			Total
	Hasta 199 empleados	Entre 200 y 599 empleados	Más de 600 empleados	
Sí	44%	50%	81%	64%
No	56%	50%	19%	36%
Total	100%	100%	100%	100%

Cuadro 16. Políticas sobre consumo de alcohol por año de iniciación de operaciones.

	Año de inicio de operaciones en la Argentina con el nombre que lleva actualmente			Total
	Antes de 1991	Entre 1991 y 2000	Después de 2000	
Sí	73%	45%	100%	70%
No	27%	55%		30%
Total	100%	100%	100%	100%

Cuadro 17. Políticas sobre uso de drogas por año de iniciación de operaciones.

	Año de inicio de operaciones en la Argentina con el nombre que lleva actualmente			Total
	Antes de 1991	Entre 1991 y 2000	Después de 2000	
Sí	73%	36%	86%	64%
No	27%	64%	14%	36%
Total	100%	100%	100%	100%

El análisis según el tamaño de las empresas indica que la mayor proporción de la política preventiva del alcohol y la droga se presenta en las empresas más grandes (cuadros 14 y 15). Por otro lado, el análisis según los años en que se iniciaron las operaciones, advierte que son precisamente las empresas más nuevas las que presentan mayor proporción (cuadros 16 y 17).

La consulta acerca de la existencia de políticas de ergonometría mostró aumento desde el 2009 hasta el 2011; en cambio, en el 2013 se registra una disminución. Según el año de iniciación de operaciones se observa que las que menos atienden este tema son las de mayor antigüedad, lo que se contrasta con las creadas después del 2011 (gráficos 9 y 10). Esta disminución, sin embargo, debe considerarse teniendo en cuenta el interés de las empresas en ofrecer beneficios para realizar actividades físicas, tales como gimnasia, *running*, según puede observarse en el capítulo sobre cambios para el personal en una década.

Gráfico 9. Políticas de entrenamiento en ergonomía. Comparación 2009-2011-2013.

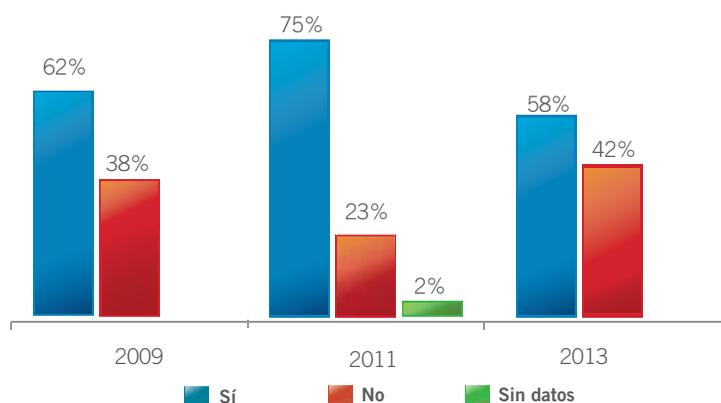
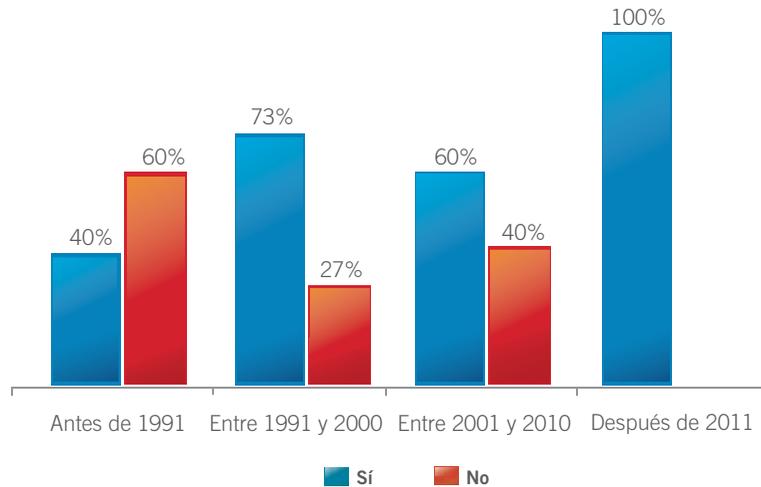


Gráfico 10. Políticas de entrenamiento en ergonomía por año de iniciación de operaciones.



10. Una década en cambios de salud, seguridad e higiene

Todas las respuestas acerca de la consulta sobre qué es lo que han cambiado las empresas principalmente en relación a temas de salud, seguridad e higiene, indican una tendencia ascendente según se observa en la tabla 3.

Se destacan la capacitación en seguridad y la disminución de los accidentes laborales. En la naturaleza de las actividades de las empresas de petróleo y gas estos aspectos son centrales y se registra la dedicación al respecto.

Tabla 3. Porcentaje de empresas según las acciones de SSH en los últimos 10 años.

Respuestas múltiples.

Acciones	2011	2013
Capacitación en seguridad	86%	97%
Estudio de las condiciones de trabajo	69%	77%
Disminución de accidentes laborales	66%	87%
Realización de encuestas de clima laboral	60%	67%
Prevención del alcoholismo	46%	57%
Disminución de enfermedades profesionales	40%	57%
Prevención de la drogadicción	31%	43%

Entre las acciones que se realizaron en estos últimos 10 años se mencionan las siguientes:

Análisis Cuantitativos de Riesgos (ACR); Red Contra Incendios (RCI); Atmósferas Explosivas (ATEX); Análisis de Riesgo de tareas no rutinarias (ASL), incorporación de los conceptos de seguridad en Procesos de Gestión (API 754), análisis de procesos y tareas más riesgosas en cada obra para maximizar la prevención de accidentes graves, Programa Calidad de Vida, Programa Educación Comunidad, Programas de Educación Vial.

El análisis de las respuestas acerca de acciones en temas de Salud, Seguridad e Higiene según el número de empleados (cuadro 18), muestra diferentes situaciones:

- Los temas predominantes son la capacitación en seguridad, la disminución de accidentes laborales y el estudio de las condiciones de trabajo.
- En general, se cumple el hecho de que a mayor tamaño de la empresa, se presenta mayor proporción de distintos aspectos, y viceversa.

Al mismo tiempo, merece señalarse que el cruce de la política sobre abuso del alcohol y la cantidad de accidentes laborales muestra que si la política se ha implementado, el número de accidentes es menor.

Cuadro 18. Acciones de SSH en los últimos 10 años por tamaño de empresas.

Respuestas múltiples.

	Total de empleados			Total
	Hasta 199 empleados	Entre 200 y 599 empleados	Más de 600 empleados	
Capacitación en seguridad	86%	100%	100%	97%
Disminución de accidentes laborales	57%	100%	94%	87%
Estudio de las condiciones de trabajo	57%	57%	94%	77%
Disminución de enfermedades profesionales	14%	57%	75%	57%
Prevención del alcoholismo		43%	88%	57%
Prevención de la drogadicción		29%	69%	43%

11. Clima socio-laboral

El ambiente de trabajo experimentado por el personal y que influye en el comportamiento organizacional, se conoce mediante estudios de clima socio-laboral, el que incluye diferentes rasgos. Se toman temas tales como capacitación, comunicación, trabajo en equipo, reconocimientos, o beneficios, entre otros.

El porcentaje de empresas que realizó encuestas de clima laboral en el 2011 fue del 60%, y en el 2013 se registra un aumento porque el porcentaje relevado es de 67%. Es superior al 2009 según puede observarse en el cuadro 19.

En general, la tendencia es positiva, a excepción del 2007, año en que el porcentaje fue muy alto. Al respecto, debe tenerse en cuenta que en el presente estudio llegó casi a las cifras del 2007.

Cuadro 19. Empresas que realizan encuestas de clima socio-laboral por año.

Comparación 2004, 2007, 2009, 2011 y 2013.

	2004	2007	2009	2011	2013
Sí	46%	69%	56%	60%	67%
No (incluye s/d)	54%	31%	44%	40%	33%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

De las encuestas realizadas se consultó cuáles son los aspectos más positivos, y cuáles los más negativos, y se mencionaron los que se presentan en las tablas 4 y 5.

Tabla 4. Aspectos positivos mencionados en las encuestas de clima socio-laboral (respuestas múltiples)

Aspectos positivos	
Confianza	23%
Compromiso	23%
Organización	18%
Principios éticos	14%
Capacitación	9%
Compensaciones	5%
Comunicación	5%

Tabla 5. Aspectos negativos mencionados en las encuestas de clima socio-laboral (respuestas múltiples)

Aspectos negativos	
Comunicación	36%
Compensaciones	27%
Capacitación	5%
Organización	3%

Entre los aspectos positivos se destacan los valores de confianza y compromiso, con mayor porcentaje. Los que presentan menores cifras son los que se refieren a comunicación y compensaciones, y precisamente son esos los temas que presentan mayor porcentaje en los aspectos negativos.

Como consecuencia de los resultados de las encuestas de clima socio-laboral, el 82% de las empresas mencionó haber tomado diferentes medidas. Las mismas se centraron en aquellos aspectos resultantes de las encuestas.

Las disposiciones que se tomaron se refieren a distintos aspectos: principalmente a comunicación, compensaciones, y lo que podría denominarse dinámica interna. En el esquema 1 se presentan algunos ejemplos de las decisiones según distintos temas.

Esquema 1. Ejemplos de tipos de decisiones tomadas después de las encuestas de clima socio-laborales.

Algunos ejemplos

Comunicación

Capacitación, reuniones de equipo.

Implementar un medio de comunicación interna, Felicitaciones –y pequeños regalos– con motivo de fechas especiales, actividades deportivas y recreativas.

Compartir la encuesta en todas las operaciones, realizar *focus groups* con todo el personal para relevar situaciones particulares de operaciones, centros de trabajo y direcciones. Propuesta de plan de acción al Directorio para su posterior implementación y seguimiento.

Reforzar la comunicación en línea con su área.

Comunicación en cascada de los resultados, generación de actividades en *focus groups* multidisciplinarios con la finalidad de desarrollar planes de acción y luego implementarlos.

Compensaciones

Acciones vinculadas a aumentar los beneficios.

Plan de beneficios y mejoras con sistema de actualización anual.

Balance laboral familiar equilibrado.

Horario flexible, seguro de vida gratuito, convenios de afinidad, ayuda a hijos del personal: orientación vocacional, pasantía de verano, útiles escolares, día del niño, entre otros.

Dinámica interna

Relevamiento y trabajo en Plan de Acción Organizacional a fin de identificar áreas de mejora y diseñar acciones a ser implementadas en toda la compañía. Cada área es responsable de un plan específico con los temas de su sector.

Mejora y desarrollo de herramientas: PDM (Evaluación de Desempeño), Evaluación de Puestos, entre otras.

Plan de acción de talleres intra e interdepartamentales.

Revisión de perfiles de puestos.

Talleres grupales e implementación de planes de acción con identificación de prioridades.

12. Incorporación de personas pertenecientes a grupos minoritarios

La preocupación por las personas pertenecientes a grupos minoritarios ha crecido en la agenda pública, y en razón de ello, a partir del informe del 2007, se ha consultado sobre la incorporación de personas con discapacidad. Algunas empresas responden afirmativamente (cuadro 20), pero el resultado indica muy escasa presencia. En la encuesta del 2013 se consultó si en las descripciones de los puestos, además de los requerimientos profesionales, se incluyeron las discapacidades que pueden ser funcionales al puesto, y el 80% respondió que no.

Cuadro 20. Empresas que tienen programas para la incorporación de personas con discapacidad. Comparación 2007 - 2009 - 2011 - 2013.

	2007	2009	2011	2013
Sí	22%	7%	13%	6%
No	76%	91%	85%	91%
Sin datos	2%	2%	2%	3%
Total	100%	100%	100%	100%



13. Condiciones y beneficios a los empleados

En las empresas, el personal recibe beneficios laborales y beneficios sociales. Los primeros se refieren a las obligaciones de cumplimiento, con ciertas pautas básicas, entre las que se incluyen pagar los salarios, permitir la libre asociación, brindar seguridad industrial, social. Entre los beneficios sociales, se incluyen a aquellos que no son obligatorios, y se vinculan al desenvolvimiento personal y a la vida familiar.

Consultadas las empresas acerca de si ofrecen algún tipo de beneficio extra a los empleados, los resultados obtenidos para el 2012 se compararon con los que se mencionaron para los años 2004, 2006, 2008 y 2010, los que se presentan en el cuadro 21.

En este informe, tres beneficios presentan algunas mejoras. Se trata de adelantos de sueldos, servicios de ayuda para maternidad y planes de pensiones.

El análisis de cinco diferentes mediciones muestra el dinamismo y heterogeneidad de las situaciones. En ningún aspecto se observa una tendencia firme, sino diferentes oscilaciones.

Las empresas del sector requieren alta competitividad y, en razón de ello, se consultó la proporción del personal que tenía título terciario o universitario. Al conocer el nivel educativo de cada empresa, se advirtió una gran heterogeneidad de las mismas. Mientras que el 28% de las consultadas tiene menos del 25% de su personal con nivel educativo superior, el 34% de las empresas presenta más del 46% con alto nivel.

En cuanto al promedio de horas de formación por empleado, en el 2012, según las respuestas recibidas, se pueden señalar 3 diferentes perfiles: un 25% de las empresas tiene un promedio anual de formación de 5 horas, un 34% de empresas presenta que el personal ha tenido un promedio de 14 horas de formación, y un 41% de empresas ha obtenido un promedio de 29 horas.

El análisis de los beneficios al personal según año de iniciación de operaciones (cuadro 22), muestra que el porcentaje más relevante es el que corresponde a la capacitación laboral (88%) y el adelanto de sueldos

(82%). Los otros dos aspectos a reconocer son el desarrollo profesional (58%) y los descuentos de productos de otras empresas (55%), pero en mayor proporción en las empresas de mayor trayectoria.

Cuadro 21. Beneficios brindados a los empleados por año -respuestas múltiples-

	2004	2006	2008	2010	2012
Capacitación laboral	78%	92%	97%	90%	88%
Desarrollo profesional	68%	81%	78%	75%	58%
Adelantos de sueldos	68%	70%	81%	78%	82%
Seguros: enfermedad familiar y otros	54%	54%	46%	55%	49%
Servicios o ayuda para maternidad	43%	51%	29%	28%	36%
Descuentos de productos/servicios de la empresa	35%	41%	14%	48%	30%
Planes de pensiones	24%	24%	16%	23%	27%
Financiación para la casa propia	19%	19%	21%	38%	21%
Canasta escolar	19%	19%	37%	S/D	

Cuadro 22. Beneficios brindados a los empleados por año de iniciación de operaciones -respuestas múltiples.

	Año de inicio de operaciones en la Argentina con el nombre que lleva actualmente			
	Antes de 1991	Entre 1991 y 2000	Después de 2000	Total
Capacitación laboral	100%	64%	100%	88%
Adelantos de sueldos	93%	73%	71%	82%
Desarrollo profesional	73%	55%	29%	58%
Descuentos de productos de otras empresas	53%	73%	29%	55%
Seguros: enfermedad familiar y otros	47%	55%	43%	48%
Servicios o ayuda para maternidad	27%	55%	29%	36%
Becas de estudio para hijos	20%	55%	43%	36%
Descuentos de productos o servicios de la empresa	13%	36%	57%	30%
Planes de pensiones	13%	36%	43%	27%
Financiación para la casa propia	13%	27%	29%	21%



Al consultar si la empresa tiene programas para la familia del personal, se advirtió un fuerte aumento en el 2011. Mientras que en el 2007 y en el 2009 se mantuvo en 46%; en el 2011 se pasó al 58% y en el 2013 al 61%.

Los programas que más se mencionan son los festejos del Día del Niño, la Familia, las fiestas de fin de año, así como la cena de despedida a los jubilados con sus familiares. Asimismo, se indican otros programas recreativos, como pasantías de verano para hijos del personal, actividades para vacaciones de invierno, eventos diferentes (teatro, cine, deporte), y facilidad en un country para pasar un fin de semana.

También se señalan otras actividades referidas a formación, tales como visitas de hijos para conocer el lugar de trabajo de los padres, becas para educación, charlas para hijos del personal, para padres, y programas para liderar y proyectar el futuro.

Las respuestas sobre los programas para las familias del empleado indican que se focalizan tanto en la familia en general como en los hijos en particular. Se observa que se refieren a muy diferentes temas: recreación, integración familia-trabajo.

Se advierten acciones sostenidas en favor de la vida familiar.

En el 2011 se incorporó la consulta acerca de las políticas de conciliación trabajo-familia, suponiendo que las distintas acciones podrían formalizarse de una manera más sistemática y formal.

En el 2011, el 28% de las empresas mencionó que tienen políticas al respecto. En el 2013 la respuesta fue del 24%. Este resultado es muy inferior a la formulación de políticas sobre otros temas, como los siguientes: desarrollo de personal 76%, transparencia 70%, inclusión de jóvenes profesionales 52%, horario flexible 49%. Solo políticas de teletrabajo obtuvo un porcentaje menor (6%) a la conciliación trabajo-familia.

14. Una década sobre cambios en beneficios para el personal

Las respuestas a una pregunta abierta acerca de qué es lo que ha cambiado en los últimos 10 años con respecto a condiciones/beneficios del personal, son muy amplias, y se han sistematizado en dos diferentes ejes: laboral y bienestar personal/familiar. La dimensión laboral puede considerarse según dos subdimensiones: entorno, referido a condiciones de trabajo, y compensaciones. El eje personal/familiar se puede subdividir en sociabilidad y ventajas materiales. En general, puede señalarse que los cambios percibidos en estos 10 años, además de incorporar estándares de inserción laboral, han ampliado significativamente aspectos que se refieren al bienestar integral al cubrir o tener en cuenta temas que no solo contribuyen a mejorar las condiciones de vida laboral sino algunas que están más allá de los límites de la empresa, y en cierto sentido amplían la posibilidad de pertenencia.

En el esquema 2 se presentan algunas de las expresiones correspondientes a las respuestas de las empresas.

Esquema 2. Cambios acerca de los beneficios laborales y sociales en 10 años.

Dimensión laboral	Entorno
	<p>Capacitaciones según función. Mayor capacitación en competencias. Evaluación de desempeño. Estrategia para la atracción, retención y motivación de las personas con las habilidades necesarias y cumplir con sus objetivos de negocio. Evaluación y actividades de mejora del clima laboral, gestión del desempeño, aplicación de encuesta de mercado para asegurar la equidad interna y competitividad en el medio. Políticas de conciliación.</p> <hr/> <p>Compensaciones: Administración de salarios con metodología del mercado. Bonificaciones por resultados. Reconocimientos especiales. Pago diferenciado por <i>performance</i> y no por antigüedad. Política de compensaciones basada en los siguientes principios fundamentales: Equilibrio Interno: Las personas que ocupen posiciones de importancia similar en la empresa, deberán ser remuneradas de manera similar, es decir dentro de un mismo rango de salarios. Competitividad Externa: Los empleados deben ser compensados de manera similar y competitiva en comparación con los empleados de otras empresas que ocupan posiciones de similar importancia, y con las cuales la empresa compite por los recursos humanos. Bono anual por cumplimiento de objetivos.</p> <hr/>
Bienestar personal/familiar	Ventajas materiales
	<p>Mejora de la política de préstamos al personal. Ampliación de la cobertura de los seguros de vida e incremento significativo de los montos asegurados. Implementación de política de <i>part time</i>. Seguros de vida; préstamos. Seguro de sepelio. Plan de pensión bajo el modelo de fideicomiso.</p>

Acciones de conciliación trabajo–familia, para la retención de personal.
 Implementación de jornada reducida para madres.
 Días adicionales a la licencia por paternidad.
 Ayuda escolar complementaria.
 Teletrabajo.
 Días de uso personal, guardería, viernes flexible.
 Viernes jornada reducida en vacaciones de verano y de invierno.
 Jornada semanal libre y asesoramiento para personas que están cerca de la edad jubilatoria.
 Obra social adicional.
 Charlas preventivas sobre salud. Nutrición, Ergonomía, Actividad Física.
 Beneficio por maternidad y discapacidad. Lactario. Becas para estudios de empleados, plan de pensiones.

Sociabilidad

Espacios de esparcimientos, como gimnasios en edificios y plantas. Beneficios económicos para la familia. Reintegros de gastos.
 Plan de salud con convenios con gimnasio y otros.
 Descuentos en productos y servicios de otras empresas.

Implementación de Beneficios para Gimnasio, idiomas.
 Frutas en las oficinas, promociones en distintos rubros (automóviles, electrodomésticos, telefonía)

Running, clases de baile.
 Beneficios tales como: *Free Friday, Happy Birthday.*

Participación en maratones solidarias.
 Voluntariado sin horarios establecidos.

Actividades culturales y de integración: visitas a museos. Participación en un coro.

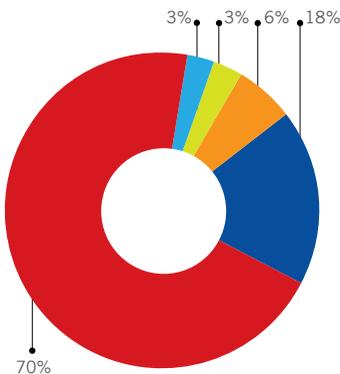
15. Relaciones comerciales: clientes y proveedores

Las respuestas acerca de la existencia de programas para considerar la satisfacción del cliente, indica que hasta el 2011 se observa una cifra constante de aproximadamente 50%. En el 2013 se registra un aumento relevante que se presenta en el cuadro 23.

Cuadro 23. Existencia de programas que tomen en cuenta la satisfacción del cliente. Comparación 2007-2009-2011-2013.

	2007	2009	2011	2013
Sí	51%	50%	48%	64%
No	35%	42%	48%	30%
Sin datos	14%	8%	4%	6%
Total	100%	100%	100%	100%

Gráfico 11. Proporción de empleo de proveedores nacionales.



La consulta acerca de los criterios principales para la selección de los proveedores permite señalar que las menciones más frecuentes se refieren a calidad, cumplimiento y precio. En una proporción menor se menciona la ética.

Son los elementos que no presentan casi variación en los sucesivos informes.

A fin de completar el sondeo acerca de la selección de los abastecedores, se consultó sobre el porcentaje de proveedores nacionales de la empresa. Los resultados indican un porcentaje muy alto del país, según se presentan en el gráfico 11. Más del 75% de las empresas indica que el 70% de sus proveedores es nacional, y un porcentaje mucho menor de empresas indica que los proveedores nacionales son el 18%. La alta proporción de proveedores nacionales es lo que contribuye a crear cadena de valor en el país.



Empresas y acción comunitaria

16. Actividades comunitarias y responsables en las empresas

El contexto actual requiere que las empresas tengan un rol activo y comprometido con la sociedad. Con esa perspectiva, se puede afirmar la idea de que las empresas no solamente deben invertir en capital humano, el medio ambiente y las relaciones con su propio *staff* y la comunidad, sino que su accionar debe impactar positivamente en el ambiente que lo rodea (Büchner, 2013).

De acuerdo con estos principios y la teoría que sustenta su accionar, se estudiaron las características de la acción comunitaria desarrollada por las empresas relevadas.

La consulta acerca de la realización de acciones dirigidas a la comunidad, señala que la proporción es del 91%, cifra levemente mayor a la del año 2011 y 2009, pero menor a informes anteriores (cuadro 24). Esta cifra está compuesta mayoritariamente por quienes responden que la acción es realizada por las empresas, y solo muy minoritariamente por sus fundaciones.

Cuadro 24. Empresas que realizan actividades comunitarias por año. Comparación 2001-2004-2007-2009-2011-2013.

	2001	2004	2007	2009	2011	2013
Sí	93%	92%	95%	75%	88%	91%
No	7%	8%	5%	25%	12%	9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

El análisis según el tamaño de las empresas (cuadro 25), permite señalar que las que tienen más de 200 empleados son aquellas empresas que presentan un porcentaje superior de actividad comunitaria, y también, las empresas de menor tamaño que, si bien son las que presentan menor proporción, en el presente estudio su porcentaje es superior al del informe 2011, pues pasó de 64% a 78%.



Cuadro 25. Empresas que realizan actividades comunitarias según su tamaño.

	Total de empleados			Total
	Hasta 199 empleados	Entre 200 y 599 empleados	Más de 600 empleados	
Sí	78%	100%	94%	91%
No	22%	--	6%	9%
Total	100%	100%	100%	100%

Por un lado, consultadas las empresas acerca de cuántos y cuáles sectores se ocupan de estas acciones, en su gran mayoría respondió que solo uno (67%), y un 27% señaló dos sectores, y es la misma proporción que el informe anterior. Por otro lado, quienes se ocupan de esta actividad pertenecen a áreas como las siguientes: Recursos Humanos, Responsabilidad Social, Asuntos Públicos y Gubernamentales, Comunicación institucional, Medio Ambiente y Acciones Comunitarias, RSE y sustentabilidad, Seguridad, Salud, Medio Ambiente y RSE.

Las menciones que hacen referencia a la jerarquía son las siguientes: Jefatura, Gerencia, Dirección y Vicepresidencia.

Se puede advertir que tanto las áreas por su denominación o su jerarquía son muy diferentes, lo que indica la heterogeneidad desde donde se encarar estas cuestiones.

Al consultar a las empresas acerca de cuál es el proyecto/programa de mayor repercusión (por felicitaciones recibidas, notas periodísticas, premios u otras distinciones), se observa que los casos informados corresponden a 6 diferentes temas. El reconocimiento de la comunidad permite evidenciar cuáles son las percepciones en la opinión pública.

Si se compara el 2011 y el 2013, como se aprecia en el esquema 3, puede advertirse que en su gran mayoría los temas coinciden, aunque con leves matices, lo que manifiesta cuáles son los temas de interés.

Esquema 3

Informe 2011	Informe 2013	Aspectos principales 2013
Pobreza Construcción de viviendas para familias en situación de emergencia, Casa del niño.	Pobreza Casa del Niño, Donaciones para Día del Niño, Nochebuena, Copa de leche, Voluntarios para alimentación.	Actividad centrada en alimentos.
Creación de fuentes de trabajo Programa de pasantías, desarrollo de capacidad emprendedora, formación en oficios, emprendimiento económico, escuela técnica de soldadura, apoyo para la exportación.	Creación de fuentes de trabajo. Capacitación en construcción para personas desempleadas, generación de nuevos hábitos de trabajo. Cursos de oficios para salida laboral, Programa de capacitación para la exportación.	Dos niveles: a) capacitación en oficios para sectores marginales. b) capacitación de PyMES para la exportación.
Salud Asistencia médica, salud bucal.	Salud Atención odontológica, asistencia pediátrica y oftalmológica, donación de órganos.	a) Atención básica para niños y adultos. b) Concientización para toda la población acerca de la donación de órganos.
Educación Capacitación docente, y gestión educativa, becas escolares; asistencia a biblioteca para ciegos.	Educación Formación artística para jóvenes, escuela de música. Despertar de espíritu emprendedor, becas.	a) Becas escolares. b) Formación artística para jóvenes. c) Espíritu emprendedor.

Desarrollo local

Proyectos comunitarios autogenerados, promoción de actividades recreativas y culturales, espacios de contención para jóvenes, centro comunitario.

Desarrollo local

Proyecto de captación y distribución de agua potable por red. Sistema de distribución de agua potable en comunidades de pueblos originarios. Fortalecimiento en infraestructura edilicia en salud. Asistencia técnica y financiera, capacitación en gestión a empresas pymes para el apoyo de nuevos productos, Desarrollo de proveedores y sustitución de importaciones. Concurso de proyectos sociales. Financiamiento para proyectos comunitarios autogenerados.

Aportes a diferentes dimensiones:

- a) Desarrollo de infraestructura para elementos básicos: agua.
- b) Apoyo para desarrollo empresario.
- c) Proyectos sociales.

Seguridad ambiental

Fortalecimiento de la política pública para el tratamiento de residuos urbanos. Prevención sobre monóxido de carbono.

Seguridad ambiental

Capacitación para seguridad en escuelas. Generación de conciencia ambiental.

- a) Afianzamiento de actividades de prevención.
- b) Educación ambiental.

Promoción de la identidad personal y social.

La consulta acerca de las zonas en las que se desarrollan los diferentes proyectos que se destacan, permite señalar que los mismos están concentrados en el área de Buenos Aires (CABA, Conurbano y provincia), Rosario/Santa Fe, Salta, Mendoza y las provincias del sur del país, como Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

Los proyectos referidos a pobreza que están centrados en alimentos se relevan en zonas caracterizadas por altos índices de NBI (Necesidades Básicas Insatisfechas), como el conurbano bonaerense y el norte de la provincia de Salta.

Las respuestas acerca de la consulta sobre existencia de programas de voluntariado corporativo, indican que si bien en el 2009 se había registrado un decrecimiento, se evidenció un aumento en el 2011, así como también en el 2013 (cuadro 26).

Cuadro 26: Empresas con programa de voluntariado. Comparación 2004-2007-2009-2011-2013.

	2004	2007	2009	2011	2013
Sí	24%	46%	36%	43%	50%
No	65%	46%	62%	51%	47%
Sin datos	11%	8%	2%	6%	3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

En general, en estas actividades colabora personal que pertenece al programa de voluntariado. El número de participantes es muy disímil, desde un mínimo de 5 hasta un máximo de 143 personas; pero la mayor cantidad de empresas menciona que el número de voluntarios de su programa es aproximadamente 50. En la mitad de las empresas consultadas para este informe, también participan otros empleados que no están formalmente en el programa de voluntariado, y también algunas personas que pertenecen a organizaciones de la sociedad civil y/o a organismos gubernamentales. La participación de diferentes sectores es un indicio de articulación y complementariedad, que al programa le otorga un sentido integral que se constata en el esquema 4.



En relación a las formas en que colabora el personal del programa de la empresa, se mencionan diferentes aspectos que se han agrupado como en el informe del 2011, en tres principales dimensiones: ideas, actividades y recursos varios. Estas se presentan en el esquema 4 según las formas en que participan los empleados del programa de voluntariado y los otros colaboradores.

Esquema 4. Formas de participación de distintos sectores.

	Voluntariado	Empleados No voluntarios	Otras personas Soc. civil	Funcionarios
Proyectos/ideas	Aporte de ideas. Apoyo para la presentación de proyectos.	Participación en jurados para la presentación de proyectos.	Actuación como miembros del Consejo Asesor de Proyectos. Jurado de evaluación.	Miembros del Consejo Asesor de proyectos.
Actividades	Dictado de cursos. Organización de reuniones. Coordinación de grupos. Visita a vecinos.	Dirección de un programa. Articulación con áreas de gobierno provincial y nacional. Asesoramiento, gestión y capacitación. Difusión de actividades.	Estudios y relevamiento social acerca de los riesgos de las erosiones. Capacitadores. Coordinación de programas.	Difusión local. Articulación con áreas de gobierno. Articulación y supervisión del proyecto. Oradores en Jornadas. Capacitación, asistencia técnica y consultoría. Validación de programas de formación.
Recursos varios	Recolección de materiales y dinero.	Aporte de dinero. Entrega de obsequios. Administración de recursos.	Servicios para la realización de compras. Provisión de material.	Colaboración para la financiación. Facilitación de instalaciones.

Este esquema permite observar que para la dimensión Ideas, participan distintos sectores, presentando proyectos y colaborando como miembros de Jurados y asesorando en la selección. En la dimensión Actividades, aportan para la realización de estudios, coordinaciones, capacitación, asistencia técnica y articulación con sectores de gobierno. Por último, en la dimensión Recursos, colaboran con el aporte de dinero y otros bienes, y a su vez los administran.

Vale señalar que otras personas también colaboran, tales como ex empleados, grupos de campesinos y aborígenes, autoridades de jardín de infantes, médicos y profesionales de la salud, psicólogos y especialistas en educación.

Estas diferentes actividades muestran una vez más la potencialidad del trabajo cooperativo entre distintos sectores, que además de promover el desarrollo amplía las posibilidades de la ciudadanía (Vargas-Forero 2011).

17. Temas y cobertura de las acciones comunitarias que realizan las empresas

¿Qué donan las empresas?, ¿en qué lugares? Estos son algunos de los interrogantes planteados en relación con las actividades comunitarias.

a) Donaciones de bienes de uso

Gran parte de las empresas realizan donaciones de bienes de uso de diferente tipo, según se observa en el cuadro 27.

Cuadro 27. Tipos de bienes donados por las empresas por año -respuestas múltiples.

	2001	2003	2006	2008	2010	2012
Donaciones de computadoras e impresoras	80%	65%	81%	91%	93%	67%
Donaciones de otros equipos informáticos	23%	41%	34%	30%	37%	30%
Donaciones de mobiliarios	77%	41%	56%	73%	67%	50%
Donaciones de vehículos	37%	23%	28%	7%	27%	23%
Donaciones de inmuebles	14%	14%	22%	2%	3%	7%

A lo largo de los años estudiados anteriormente, se ha advertido que las empresas donan en mayor medida computadoras, impresoras y otros elementos informáticos debido, principalmente, a la renovación del equipamiento propio, que regularmente deben hacer. Sin embargo, en este informe puede advertirse que si bien se realizan donaciones, de los cinco ítems considerados, cuatro han disminuido su proporción. Las computadoras e impresoras, que desde el 2003 mostraban cifras con ascenso continuo, han aminorado ostensiblemente. Otros equipos informáticos, mobiliarios, vehículos e inmuebles a lo largo de estos informes han mostrado un comportamiento irregular, pero en el presente análisis solo ha aumentado la donación de inmuebles, aunque vale señalar que en escasa proporción. En síntesis, puede destacarse que todos los ítems han disminuido su participación proporcional. En forma complementaria, se mencionan también donaciones de muy diferente tipo: alimentos, artículos deportivos y elementos del propio trabajo (*tubing* y otras cañerías).

b) ¿A quiénes se hacen las donaciones?

Las donaciones de computadoras e impresoras son recibidas por distintas organizaciones y provincias: escuelas, hospitales, centros comunitarios y vecinales de distintos tipo, comunidades aborígenes, y entre las fuerzas de seguridad se mencionan principalmente a los bomberos. No se registran cambios con respecto al 2011, lo que indica que estas instituciones constantemente reciben aportes de las empresas del sector.

En cuanto a las jurisdicciones se podrían agrupar en tres grandes bloques: a) la región cuyano-patagónica, que incluye las provincias de Mendoza, Río Negro, Neuquén, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego; b) la región bonaerense, que abarca la ciudad de Buenos Aires, el conurbano y el resto de la provincia; y c) la región noroeste, de la que se mencionan las provincias de Salta, Jujuy, Catamarca, Santiago del Estero y Tucumán. La mayor cantidad de donaciones se realizan en la región cuyano-patagónica, especialmente en las provincias de Neuquén y Chubut, y en el norte en la provincia de Salta. En este aspecto, se advierte la asociación entre localización de actividades industriales, las donaciones y las necesidades de la población.

A lo largo de los varios estudios realizados, tal como se observa en el cuadro 28, educación, salud y medio ambiente son los temas de mayor consideración en las acciones comunitarias.

Cuadro 28. Temas de las acciones comunitarias realizadas por las empresas por año.

Respuestas múltiples.

	2001	2004	2007	2009	2010	2013
Educación/capacitación	100%	85%	97%	77%	74%	70%
Salud	77%	79%	86%	57%	60%	63%
Medioambiente	74%	59%	66%	55%	57%	53%
Seguridad	S/D	50%	66%	47%	40%	30%
Arte y cultura	69%	38%	57%	36%	46%	40%
Deportes	9%	38%	49%	30%	29%	40%
Emergencias climáticas y sociales	S/D	65%	46%	45%	34%	20%
Ciencia e investigación	37%	29%	37%	36%	31%	30%
Religión	17%	15%	31%	9%	9%	10%



Consultadas las empresas acerca de las razones y/o criterios por los que fueron seleccionados los temas en los que han intervenido, las respuestas se pueden considerar según tres grandes líneas: el criterio de proximidad geográfica con la empresa y/o su política; la necesidad observada o la solicitud de otros y la posibilidad de mejoramiento.

Algunas expresiones de cada uno de estos lineamientos se presentan a continuación:

El criterio de proximidad y/o política de la empresa

“Nuestros principios de empresa socialmente responsable con la comunidad que nos rodea”.

“De acuerdo a la Política de Inversión Social de la compañía”.

“Según directrices de sustentabilidad de la organización”.

La necesidad observada o la solicitud de otros

“No hay criterios establecidos, cuando llegan los pedidos de colaboración, se analizan y se aceptan o rechazan”.

“En función de las necesidades planteadas”.

“Zona de influencia, demandas sociales, análisis del entorno y de las necesidades de la comunidad”.

“La empresa se fundamenta en encuestas para detectar las necesidades percibidas por la comunidad y en una interacción permanente con las autoridades provinciales y municipales que entienden en temas de educación, salud, desarrollo local y ambiente para que las acciones que desarrolla la empresa se adecuen a las estrategias definidas por las distintas administraciones”.

La posibilidad de mejoramiento

“Se busca una mejor calidad de vida”.

“Identificar y atender las preocupaciones y posibilidades de mejora de las distintas comunidades donde desarrollamos nuestras actividades”.

c) Localización de las actividades comunitarias

Las actividades comunitarias realizadas por las empresas del petróleo y del gas se desarrollan en forma diferencial en distintas jurisdicciones, que se presentan en los gráficos 12, 13, 14, 15 y 16.

Gráfico 12. Realización de actividades comunitarias en provincias patagónicas. Comparación 2001-2004-2007-2009-2011-2013. Respuestas múltiples.

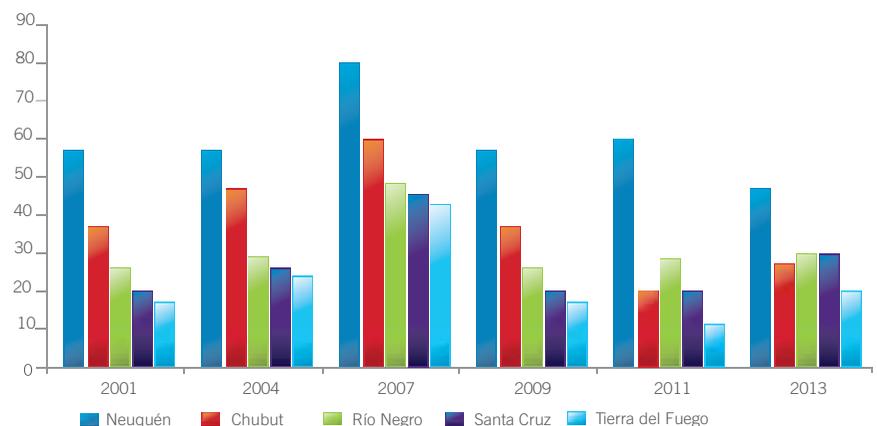


Gráfico 13. Realización de actividades comunitarias en Buenos Aires, La Pampa, Córdoba y Santa Fe. Comparación 2001-2004-2007-2009 -2011-2013. Respuestas múltiples.

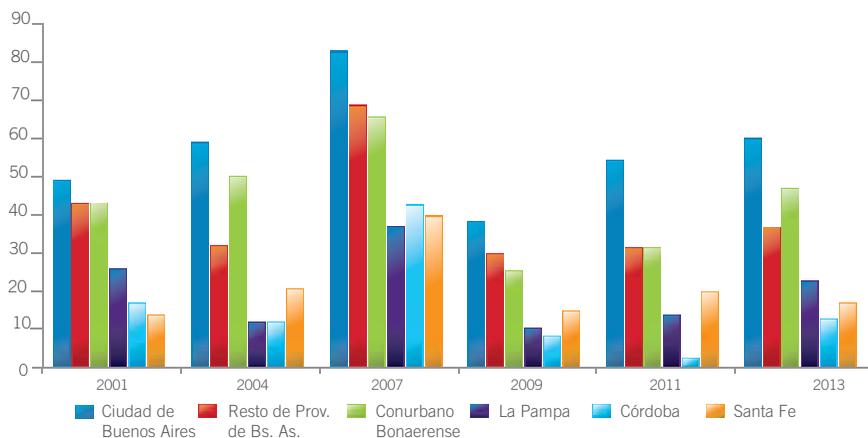


Gráfico 14. Realización de actividades comunitarias en provincias de la región de Cuyo. Comparación 2001-2004-2007-2009 -2011-2013. Respuestas múltiples.

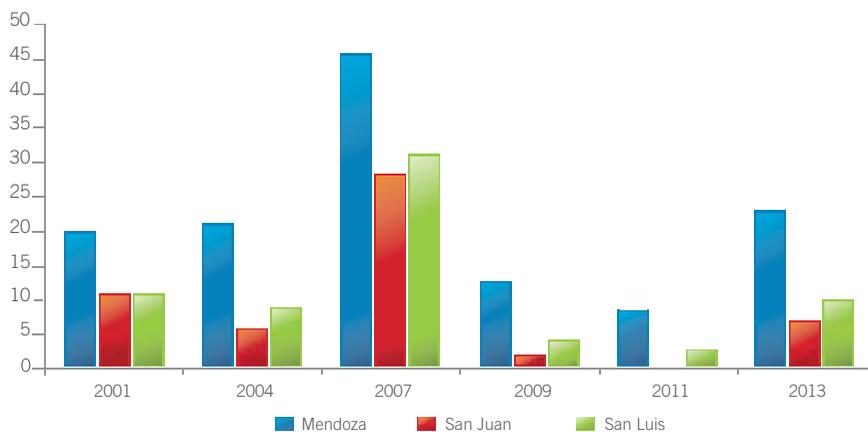


Gráfico 15. Realización de actividades comunitarias en provincias de la región noroeste. Comparación 2001-2004-2007-2009-2011-2013. Respuestas múltiples.

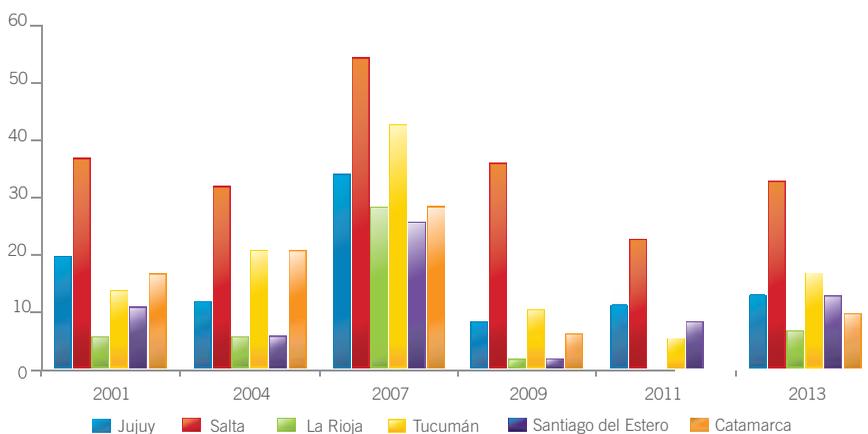
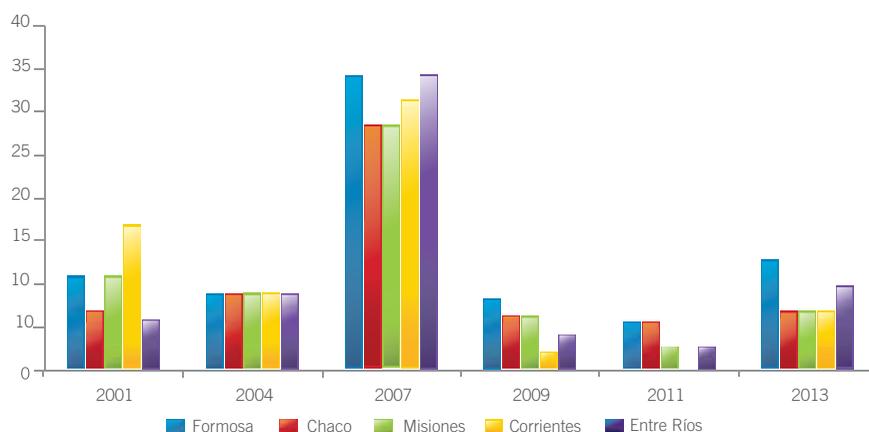


Gráfico 16. Realización de actividades comunitarias en provincias de la región noreste. Comparación 2001-2004-2007-2009-2011-2013. Respuestas múltiples.



Estos gráficos permiten comparar las cifras correspondientes a los informes de 2001, 2004, 2007, 2009, 2011 y 2013, donde se advierte que no todas las provincias tienen el mismo peso, e incluso se presentan diferencias en distintos años, aunque hay algunas tendencias que persisten. Presentan mayor porcentaje las provincias patagónicas, y estas, a excepción de la provincia de Neuquén, han aumentado su participación proporcional respecto al 2011 (gráfico 12).

En provincias que podrían incluirse en una región centro, se observa que casi todas aumentaron su participación (gráfico 13). En las provincias de la región Cuyo se observa que todas aumentaron su proporción (gráfico 14). En las provincias del noroeste, aumentaron todas pero con mayor proporción la provincia de Salta (gráfico 15), y en la región del noreste también se observan aumentos, y especialmente en la provincia de Formosa (gráfico 16). En general, se advierte que las provincias aumentaron su participación respecto del 2011, con una excepción como Neuquén, pero debe indicarse que aunque hayan disminuido la proporción, su participación continúa siendo alta. En cambio, en las regiones de Cuyo, noroeste y noreste, si bien todas las provincias aumentaron su participación, la cuota es mucho menor.

Se destaca que las provincias que presentan mayor proporción en todos los informes son Neuquén y Ciudad de Buenos Aires.

El análisis comparativo de la localización de las operaciones económicas con la de actividades comunitarias, como se observa en el esquema 5, permite advertir cierta correspondencia entre unas y otras, pero que no es absoluta.

En el presente informe se observa que las jurisdicciones que se posicionan en primer término en las actividades económicas, también están en el listado de las primeras posiciones de actividades comunitarias, pero no necesariamente en el mismo orden, con lo cual la suposición de que las actividades comunitarias coinciden estrictamente con las actividades económicas no se comprueba.

Esquema 5. Comparación de las posiciones en el lugar de las operaciones económicas y la realización de actividades comunitarias.

Jurisdicción donde realizan actividades industriales o comerciales		Áreas geográficas donde realizan acciones comunitarias	
	Porcentaje		Porcentaje
Ciudad de Buenos Aires	82	Ciudad de Buenos Aires	60
Neuquén	76	Conurbano Bonaerense	47
Santa Cruz	58	Neuquén	47
Río Negro	52	Buenos Aires (Provincia)	37
Chubut	49	Salta	33
Salta	49	Río Negro	30
Pcia de Buenos Aires	46	Santa Cruz	30
Conurbano	42	Chubut	17
Mendoza	39	La Pampa	17
Tierra del Fuego	36	Mendoza	10
Santa Fe	33	Tierra del Fuego	10
La Pampa	30	Santa Fe	10
Tucumán	30	Tucumán	10

Al respecto, se advierte el caso de jurisdicciones que, teniendo una posición inferior en actividades económicas, presentan una posición superior en el ordenamiento de actividades comunitarias, según puede observarse en los casos del Conurbano bonaerense y el resto de la provincia de Buenos Aires.

d) Localización geográfica e intensidad de los proyectos

Si bien la localización es un indicador útil para conocer la concentración de las actividades comunitarias, este se ha complementado con la consulta acerca del grado de importancia que se le otorga a cada jurisdicción (de 1 a 5 puntos -siendo 1 la menor valoración y 5, la mayor), teniendo en cuenta la asignación de recursos (tiempo, especies, dinero) que cada empresa aportaba a las zonas geográficas para la realización de las actividades comunitarias.

Para el análisis de ambos aspectos, localización e intensidad asignada, se diseñó el esquema 6, donde se pueden observar diferentes situaciones:

- Mayor presencia, que corresponde al Conurbano de Buenos Aires, Neuquén y resto de la provincia bonaerense. En esta última jurisdicción las empresas le han dado mayor valor a los proyectos que realizan.
- Mediana presencia, que corresponde a posiciones intermedias, donde se ubican la ciudad de Buenos Aires, Río Negro y Chubut, a las que, si bien presentan un alto porcentaje de actividades comunitarias, se les asigna una menor intensidad a sus proyectos. También en una posición intermedia figuran Salta, Mendoza, La Pampa y otras provincias del sur, como Santa Cruz y Tierra del Fuego.
- Menor presencia, que corresponde también a las provincias de Santa Fe, Tucumán, Catamarca, Formosa y Jujuy, que teniendo muy pocas actividades comunitarias se les asigna una intensidad superior.
- Presencia residual, que incluye al resto de las provincias.



Esquema 6. Distribución provincial según localización e intensidad de las acciones comunitarias.

Intensidad 1	Localización 2		
	+++ (Entre 60% y 45%)	++ (Entre 44% y 20%)	+ (Menos de 20%)
+++ (Entre 98 y 61 puntos)	Neuquén Conurbano	Resto de Pcia de Bs. As.	
+++ (Entre 60 y 31 puntos)	Ciudad de Buenos Aires Río Negro Chubut	Salta La Pampa Mendoza Santa Cruz Tierra del Fuego	
++ (Entre 30 y 11 puntos)			Santa Fe Tucumán Catamarca Formosa Jujuy
+ (Menos de 11 puntos)			Córdoba Entre Ríos San Luis Santiago del Estero Chaco Misiones Corrientes La Rioja San Juan

1. Para medir la intensidad se elaboró un índice a partir del grado de importancia (de 1 a 5 puntos) que le asignaba cada empresa a cada una de las jurisdicciones en la realización de sus actividades comunitarias. Así se obtuvo para cada jurisdicción un puntaje correspondiente al número de menciones de las empresas por el grado de intensidad adjudicada a cada provincia. El mayor puntaje corresponde a Neuquén con 67 puntos y el menor a la provincia de San Juan con 1 punto.

2. La localización es la proporción de empresas que realizan actividades comunitarias en las provincias indicadas.

18. Sectores a los que se dirigen las acciones comunitarias según distintos temas

a) Educación

Las cifras correspondientes a las empresas que realizan actividades en el área educativa indican, al igual que en el 2011, que se apoyan todos los niveles, aunque principalmente el nivel primario y secundario, y en este último especialmente la orientación técnica (cuadro 29). En el presente informe se observa una mayor proporción en capacitación laboral, lo que refuerza la orientación técnica del nivel medio.

Cuadro 29. Sectores a los que se apoya en el área de educación y capacitación. Comparación 2011 y 2013. Respuestas múltiples.

	2011	2013
Nivel primario	57%	67%
Nivel secundario: orientación técnica	54%	67%
Educación inicial	46%	47%
Nivel terciario/universitario	34%	40%
Nivel secundario: otras orientaciones	31%	27%
Capacitación laboral	31%	40%
Educación especial	29%	23%
Jardín maternal/guardería	26%	33%
Educación de adultos	23%	13%
Post-universitaria	14%	17%
Otras	9%	-

b) Salud, ambiente y seguridad comunitaria

Entre las empresas del petróleo y del gas que realizan acciones dirigidas a la salud, el 50% orienta dichas actividades a la infancia. Se ubican a continuación la atención de adultos (37%), personas con discapacidad



(33%), adolescencia (33%), y la salud materno-infantil (30%). El orden es levemente diferente al informe del 2011, pero se mantiene en primer lugar la atención a la infancia y, en último, la atención de adultos mayores o la llamada tercera edad (17%).

El 57% de las empresas que mencionan actividades en el medio ambiente realizan acciones relacionadas con reciclaje, y un 37% señala ocuparse del tratamiento de residuos y de la preservación de la flora y/o la fauna.

De las empresas que realizan actividades en el ámbito de la seguridad comunitaria, un 60% apoya a los bomberos, un 47% a la policía y un 37% a defensa civil. En proporciones menores, se brinda apoyo a gendarmería y prefectura y otras organizaciones privadas.

En ambiente y seguridad comunitaria se registra el mismo ordenamiento que en el 2011.

c) Ciencia, arte y religión

Los aspectos de las ciencias que las empresas apoyan complementan los aspectos considerados en educación. En primer término, figura la formación profesional (30%), luego los subsidios a la investigación (27%), y por último, el aporte para infraestructura de laboratorios (17%). Estos tres aspectos no solo han cambiado el orden de prioridad respecto al 2011 sino que, además, la proporción es menor.

En cuanto a las empresas que señalan acciones en el campo del arte y la cultura, se registra que se orientan principalmente a la música (33%), a la plástica (20%) y al teatro (20%).

En el 2007, 2009 y 2011 no se registraron casos de apoyo a temas estrictamente religiosos como oración y liturgia; sin embargo, se advierte el apoyo de una empresa a este tema en el presente informe del año 2013, conjuntamente con dos casos referidos a Formación en valores. La escasa cantidad de empresas que participan en el tema de ética y religión indicaría que se trata más de opciones personales propias que de las empresas del sector de petróleo y del gas (ver datos del esquema 7).

El análisis del conjunto de las acciones comunitarias permite señalar que, en el año 2013, el área de mayor interés es la educación, en especial el nivel primario (67%), y en el secundario la orientación técnica (67%). A esos datos le suceden la seguridad comunitaria, mediante el apoyo a los bomberos (60%), un porcentaje levemente menor lo presenta el reciclaje (57%) en el cuidado del medio ambiente y el cuidado de la salud dedicado a la infancia (50%).

En general, de acuerdo con el análisis de varios años en las acciones comunitarias, se pueden señalar como prioritarios los siguientes temas:

- Educación primaria
- Educación técnica
- Atención de la salud de la infancia
- Reciclaje para el cuidado del medio ambiente
- Apoyo a las fuerzas de bomberos como actores de la seguridad comunitaria
- Formación profesional en el área de ciencia

Esquema 7. Aspectos principales de los temas apoyados. Comparación 2007-2009-2011-2013.

Temas	2007	2009	2011	2013
Educación	Educación primaria (EGB)	Educación secundaria (polimodal)	Educación primaria Nivel secundario: orientación técnica	Educación primaria Nivel secundario: orientación técnica Capacitación laboral
Salud	Infancia Salud Materno- infantil	Infancia Adolescencia	Infancia Adolescencia Adultos	Infancia Adultos
Medioambiente	Reciclaje Tratamiento de residuos	Reciclaje Preservación de flora, fauna, aire y agua	Reciclaje Preservación de flora, fauna Tratamiento de residuos	Reciclaje Tratamiento de residuos Preservación de flora, fauna
Seguridad	Bomberos Policía	Bomberos Policía	Bomberos Policía	Bomberos Policía Defensa Civil
Ciencia e investigación	Apoyo para infraestructura de laboratorios Subsidios para la investigación	Subsidios para la investigación	Subsidios para la investigación Formación profesional	Formación profesional Subsidios a la investigación
Arte y cultura	Música Plástica	Música Plástica	Música Plástica	Música Plástica
Ética y religión	Acción social Formación	Acción social Formación	Formación	Formación Oración/Liturgia
Deporte	Niños Adolescentes	Adultos Adolescencia	Infancia Adolescencia	Infancia

Educación y salud son las dos áreas principales en que las empresas juegan un rol muy activo en distintos países (Gowda, 2013).

19. Focalización de los programas desarrollados por las empresas

En el presente estudio se consultó acerca de programas o proyectos dedicados a la creación de fuentes de trabajo, desarrollo local y la atención de la pobreza. Las respuestas evidenciaron que fueron 11 las empresas que mencionaron que sus proyectos correspondían al desarrollo local, 8 indicaron que sus programas podrían incluirse en la creación de fuentes de trabajo y 5 mencionaron programas de atención de la pobreza. Si bien los límites entre creación de fuentes de trabajo y desarrollo local se superponen, el gran cambio que se ha ido operando es que la atención de la situación de pobreza tiende a realizarse mediante proyectos superadores, orientados a un desarrollo más amplio y con una visión sustentable.

A continuación, se presenta una breve síntesis de cada uno de los temas mencionados.

a) Desarrollo local

Como se señaló en el presente informe, 11 empresas han mencionado proyectos de desarrollo local. Los mismos son diversos, pues se refieren a

aspectos como desarrollo productivo, emprendimientos, cadena de valor e infraestructura. Uno de los programas generó un total de 13.837 beneficiarios y con participación de localidades de provincias de la región Centro, el norte y el sur del país.

Los rasgos generales de algunos de los proyectos se sintetizan en el esquema 8.

Esquema 8. **Cantidad de empresas según acciones y sectores a los que se dirigen los proyectos de desarrollo local y zonas geográficas.**

Cantidad de empresas	Acciones y sectores a quienes están dirigidas	Zonas geográficas
11	<p>Desarrollo productivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción caprina. • Actividades grupales de capacitación y atención individual en los campos de cada productor. El programa alcanza a 17 productores. • Producción de plantas nativas de ecosistemas áridos norpatagónicos. Generación de flora autóctona. En coordinación con Escuela Ntra. Señora de la Guardia Universidad del Comahue. <p>Emprendimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fábrica artesanal de conservas de productos de mar. Aportes para la realización de cursos y capacitaciones en articulación con UTN, Escuela 721 y Fundación Contribuir. • Micropréstamos, para jóvenes emprendedores con capacitación y asistencia técnica, con Fundación Impulsar. <p>Cadena de valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jornadas para proveedores para fortalecer la innovación en distintos procesos. En alianza con el Instituto para la Sustentabilidad Corporativa. • Programa Sustenta para mejorar la productividad, competitividad y calidad de los proveedores. <p>Infraestructura</p> <ul style="list-style-type: none"> • Centro vecinal en El Brete para gestionar abastecimiento de agua potable, complejo deportivo y capacitación de adolescentes como agentes sanitarios. 	<p>Centro: Tió Pujio, Ferreyra, Villa María y Deán Funes (Córdoba)</p> <p>Norte: Depto. General San Martín (Salta) El Bret (Jujuy)</p> <p>Sur: Los Chihuidos (Neuquén) Neuquén Camarones (Chubut)</p>

b) Creación de fuentes de trabajo

En el 2007, casi la mitad de las empresas consultadas respondió que tenía proyectos sobre generación de trabajo. En el informe del 2009, aunque la proporción era menor, se destacó la continuidad de algunos proyectos, como la formación laboral, microemprendimientos, formación de Pymes y desarrollo de proveedores. En el 2011, se sostuvo la proporción del 2009, e incluso se elevó escasamente. Las actividades eran diversas, tales como enseñanza de oficios, desarrollo de competencias laborales, microcréditos para jóvenes emprendedores, fabricación de ropas de trabajo y otros productos, incorporación de jóvenes profesionales, cursos y títulos habilitantes para la enseñanza de idioma, servicios técnicos. En el 2013, son 8 las empresas que mencionaron la generación de fuentes de trabajo y, si bien los temas no son muchos como en informes anteriores, se advierte que se mantiene lo central: capacitación de oficios, producción y empleo, que son componentes fundamentales del desarrollo local.

Los sectores a los que están dirigidos son muy heterogéneos, y las zonas a las que alcanzan son principalmente localidades de Buenos Aires y de provincias del sur. En el esquema 9 se presentan algunos rasgos principales.

Esquema 9. Cantidad de empresas según acciones y sectores a los que se dirigen los proyectos de creación de fuentes de trabajo y zonas geográficas

Cantidad de empresas	Acciones y sectores a los que se dirige el proyecto	Zonas geográficas
8	<p>Capacitación en oficios</p> <ul style="list-style-type: none"> Talleres gratuitos de capacitación para "Operador de PC", Bromatología y elaboración de conservas" y "Poda de árboles frutales" para personas en desempleo o subempleo. Curso en microemprendimientos. Formación en oficios Consolidar con articulaciones de escuelas y organismos gubernamentales. Capacitación para Equipos de Torre. <p>Producción</p> <ul style="list-style-type: none"> Vivero de plantas nativas, capacitación y aportes de materiales. Programa Pymes Golfo San Jorge, para fortalecimiento y generación de nuevos productos y servicios. <p>Empleo</p> <ul style="list-style-type: none"> Programa de becas y pasantías por 9 meses con posibilidades de efectivización. 	<p>Región Bs. As.: CABA, Campana</p> <p>Sur: Gral. Roca (Río Negro) Añelo (Neuquén) Golfo San Jorge (Chubut y Santa Cruz)</p>

c) Atención de la pobreza

Son 5 las empresas que mencionan proyectos vinculados a la atención de la pobreza, y se refieren a la cobertura de necesidades básicas como alimentos, atención de la salud y vivienda. Se advierte que los programas están orientados a grupos muy vulnerables, en especial comunidades aborígenes. Los rasgos generales de los proyectos se sintetizan en el esquema 10.

Esquema 10. Cantidad de empresas según acciones y sectores a los que se dirigen los proyectos de atención de la pobreza y zonas geográficas

Cantidad de empresas	Acciones y sectores a los que se dirige el proyecto	Zonas geográficas
5	<p>Objetivos múltiples:</p> <p>Donaciones de alimentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Merendero en zona de riesgo (Bs. As.). Apoyo a comedores comunitarios de Caritas. <p>Atención de la salud:</p> <ul style="list-style-type: none"> Atención médica en el hospital de la zona a comunidades aborígenes en Santa Victoria. <p>Construcción de viviendas</p> <ul style="list-style-type: none"> Construcción e implementación de acciones de habilitación social. Programa de capacitación en oficios (electricidad, cocina). 	<p>Región Bs. As.: Carlos Casares (Buenos Aires)</p> <p>Norte: Dep. Gral. San Martín y Orán (Salta)</p> <p>Sur: Neuquén</p>

d) Medición de resultados

Al igual que en el 2009 y 2011, son escasas las empresas que mencionan la realización de mediciones de resultados de sus programas.

Entre las que lo hacen puede señalarse el programa Sustenta, dedicado a mejorar productividad y competitividad de los productores. Al respecto, se menciona que en el 2012 se beneficiaron 134 empresas sobre un total de 234, y las personas beneficiadas llegaron a ser 13.837.000. Otro programa es el de Producción de plantas nativas; en el 2012 se concretó la comercialización de más de 10.000 plantines, lo que genera recursos genuinos para los beneficiarios del proyecto.

Además de los proyectos planificados, las empresas colaboran ante situaciones de emergencia.

En el presente estudio se informa la participación en las provincias del sur (Neuquén, Chubut, Santa Cruz) ante incidentes climáticos tales como lluvias, inundaciones, o la erupción de volcanes. Las empresas colaboran mediante el aporte de máquinas y vehículos con sus respectivos conductores, para realizar tareas de evacuación de personas afectadas por temporales, y también, con elementos de protección personal (para ojos), protección respiratoria, etcétera, así como con agua y herramientas de mano.

También, las empresas colaboraron en la provincia de Buenos Aires ante situaciones de inundación, y lo mismo en el norte de la provincia de Salta, siempre con ayuda de tipo material y humanitaria.

Ante emergencias, especialmente las climáticas, las empresas reciben pedido de colaboración de organismos de gobierno y, en menor medida, de organizaciones de la comunidad.

20. Una década de cambios en acciones comunitarias

A fin de una mejor identificación de los cambios que se han producido en los últimos años, se consultó a las empresas con más de 10 años de antigüedad, acerca de qué es lo que habían cambiado, principalmente en relación a acciones en la comunidad desde hace 10 años.

Las respuestas en general permiten señalar distintas experiencias y enfoques de transformación, que se han clasificado de la siguiente manera:

a) mayor vinculación empresa-comunidad-Estado; y b) gestión de procesos.

A continuación, se presentan algunas de las expresiones formuladas por las empresas a fin de ejemplificar las clasificaciones propuestas.

a) Mayor vinculación empresa-comunidad-Estado

- “Mayor integración y articulación con el Estado”.
- “La empresa se ha volcado hacia sus públicos externos, poniendo especial foco en el desarrollo cultural cuyo eje es la Escuela de Música de Catriel”.
- “Mayor vinculación de los programas de RSE con la operación del servicio de transporte de gas. Los programas buscan dar respuestas a problemas de relacionamiento social entre empresa y comunidad. En general, tienen alcance local y los objetivos persiguen resultados multipropósito”.
- “Hemos profundizado el trabajo articulado “público-privado”.
- “Las acciones buscan dejar capacidad instalada y la diversificación de oficios de manera de colaborar con la sustentabilidad e independencia de los proyectos de las comunidades”.



b) Gestión de procesos

- “El acercamiento a la temática de la RSE se profesionalizó cada vez más a lo largo de los años; sin embargo, todavía sigue siendo un desafío implementar acciones si no se cuenta con el apoyo gerencial, ya se trate de acciones transversales o incluso alineadas con la estrategia de la empresa”.
- “Definir un foco de intervención que es la generación de acciones que contribuyan con el desarrollo productivo local y la generación de renta en las comunidades”.
- “Se trabaja en forma planificada, monitoreada y sistematizada. En alianza con organizaciones locales, y se apoyan temas estratégicos para esas comunidades y en proyectos implementados por sus líderes. Se democratizó el proceso de acceso a los fondos de la compañía. Se invierte en proyectos y en fortalecimiento institucional a través de la capacitación y el seguimiento”.
- “Las acciones fueron virando desde el asistencialismo a Programas que apuntan a la Sustentabilidad en la Comunidad”.

En resumen, el proceso general de relaciones con la comunidad en estos últimos 10 años implica la consideración de dos diferentes aspectos: a) mayor intensidad vincular con las necesidades de la comunidad, y b) gestión de procesos.

21. Relación con instituciones del entorno

Las empresas que hacen actividades comunitarias realizan alianzas con diferentes sectores. Al igual que en informes anteriores, la mayor proporción corresponde a vinculaciones con ONGs. En el 2013, se observa un importante aumento de la proporción de alianzas con empresas y disminución de la articulación con el Estado. Más allá de los cambios en las proporciones, lo que se confirma es la articulación entre distintos sectores para la realización de actividades comunitarias, según se puede observar en el cuadro 30 y se ilustra en el gráfico 17.

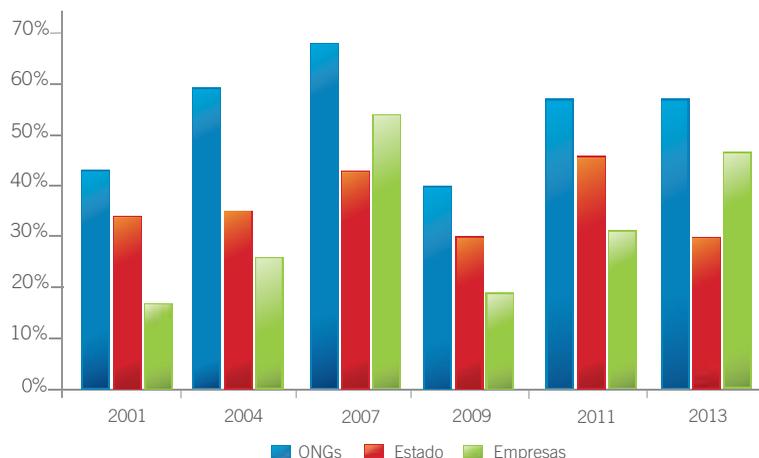
Cuadro 30. Alianzas de las empresas en las acciones comunitarias con ONGs, Estado y otras empresas por años -respuestas múltiples.

	2001	2004	2007	2009	2011	2013
ONG	43%	59%	68%	40%	57%	57%
Estado	34%	35%	43%	30%	46%	30%
Empresas	17%	26%	54%	19%	31%	47%

La suma de las ONGs mencionadas por las empresas es 115. Al igual que en el 2011, se registran organizaciones nuevas, iniciadas en los últimos años, como por ejemplo Fundación Cimientos, Fundación Banco de alimentos o Un techo para mi país; pero también algunas que tienen una muy larga historia en el país como Caritas, Cruz Roja o Rotary Club.

Entre las alianzas con organismos gubernamentales, se destacan las menciones de escuelas, hospitales, organismos de municipios de distintas provincias. En cuanto a las empresas se observa que las vinculaciones son tanto con algunas del propio sector del petróleo y del gas y también de otras áreas.

Gráfico 17. Alianzas de las empresas en las acciones comunitarias con ONGs, Estado y otras empresas por años. Respuestas múltiples.



Consultadas acerca de alianzas con instituciones de Educación Superior, la mayoría de las respuestas indican a Universidades de diferentes zonas del país, preferentemente de Buenos Aires, pero también se indican Universidades de San Luis, Tucumán, Salta, La Pampa y Chubut.

a) Pacto Global

¿Cuántas empresas han firmado el Pacto Global? Se registra un fuerte aumento. Mientras que en el 2009 se constató un 22%, en el 2011 la proporción fue de 25%, y en el 2013 se llegó a un 43% (cuadro 31). Por tanto, se consolida una tendencia ascendente especialmente en este último período, en el que, además de las empresas grandes, se advierte que participen con su firma las empresas de menor cantidad de personal.

Cuadro 31. Firma del Pacto Global por cantidad de empleados.

	Cantidad de empleados			Total
	Hasta 199 empleados	Entre 200 y 599 empleados	Más de 600 empleados	
Sí	22%	37%	56%	43%
No, pero piensa hacerlo	-	-	6%	3%
No	45%	38%	38%	39%
S/D	33%	25%	-	15%
Total	100%	100%	100%	100%

Al analizar la firma del Pacto Global según el año de inicio de operaciones de las empresas, se puede observar que las firmas se registran principalmente en las que se originaron en la década de 1990. En las más nuevas, la proporción es menos de la mitad, y en las anteriores a los '90 la proporción de las que manifiestan que no firmaron es muy alta (cuadro 32).

Cuadro 32. Firma del Pacto Global por año de inicio de operaciones.

	Año de inicio de operaciones en la Argentina con el nombre que lleva actualmente			Total
	Antes de 1991	Entre 1991 y 2000	Después de 2000	
Sí	33%	64%	29%	43%
No, pero piensa hacerlo	7%	-	-	3%
No	60%	18%	29%	39%
S/D	-	18%	42%	15%
Total	100%	100%	100%	100%

Las respuestas que fundamentan las decisiones afirmativas y negativas para la firma del Pacto Global son variadas. A continuación se presentan algunas; como ejemplo:

Razones de la firma del Pacto Global	<p>En razón de principios Consideramos fundamental cumplir con los 10 principios del Pacto Global y, por ello, en nuestros sucesivos informes de Responsabilidad Corporativa incluimos una tabla que recoge el grado de cumplimiento de estos principios.</p>
	<p>En razón de enfoques organizacionales Por compromiso de su Casa Matriz, porque nos sirve de guía para seguir mejorando nuestra gestión socialmente responsable y mantenernos actualizados en cuanto a las innovaciones que surgen a nivel mundial. Además, para comparar nuestra gestión y para mostrar nuestros resultados.</p>
	<p>En razón de ventajas propias Se firma el Pacto Global, en la comprensión de participar de una propuesta que permita desarrollar un negocio en un mercado de manera sustentable.</p>
Razones por las que no se firmó el Pacto Global	<p>La empresa no adhiere a nivel global. No ha formalizado la adhesión pero la empresa sigue sus principios y normas. Por política corporativa. Lineamientos con la Casa Matriz.</p>

Dada la importancia de los Derechos Humanos en los principios del Pacto Global, en el presente informe se consultó a las empresas si en sus operaciones se detectaron vulneraciones referidas a la contaminación sonora, del agua, del suelo; también se consideró la falta de acceso al agua, la falta de políticas para jóvenes profesionales y la exclusión de personas con discapacidad. Cada uno de estos temas tuvo como máximo 3 respuestas. Por tanto, podría señalarse que son situaciones aisladas. Asimismo, cabe señalar que nadie indicó como problemáticas que vulneran los DD.HH. la trata de personas y el trabajo infantil.

En el contexto de esta pregunta, una empresa mencionó una situación contraria: la empresa como sujeto de vulnerabilidad, pues indicó que “se habían detectado riesgos de acciones violentas por parte de pobladores locales en circunstancias de ejecución de obras”.

A fin de prevenir situaciones de violaciones a los principios, una de las empresas manifestó que “la compañía posee canales de denuncia gratuita y anónima para la consideración de posibles vulneraciones a estos temas”.

Consultadas las empresas si realizaban capacitaciones acerca de los derechos, no solo algunas afirmaron que lo hacían, sino que una avanzó aún más, señalando que desarrollaron una guía para contratistas que trabajan en áreas del territorio identificadas como riesgosas por su alta conflictividad social. Se brindaron charlas de concientización y se acordaron cursos de acción en función de la guía.

b) Código de Ética

El 70% de las empresas cuenta con código de ética. Consultadas las empresas acerca de cuál ha sido el principal referente para la formulación del código, las respuestas son diversas, pero pueden agruparse en tres grandes tipos:

- Las que hacen referencias a principios generales y marcos internacionales, como por ejemplo, “Pacto Global”, “Reunión de empresarios en Davos”.



- Las que se respaldan en una organización general, el sector o la casa matriz, cuyos ejemplos de expresión son los siguientes: “Pedido de la Gerencia General, Políticas de Casas Matrices y Estándares internacionales del grupo”.
- Las que se refieren a áreas específicas, como “Auditoría interna”, Leyes extranjeras, “Reunión de empresarios en Davos en 1998” y “Normas y políticas internas”.

Complementariamente, se consultó cuáles eran las normas que indicaban limitaciones (ver cuadro 33).

Cuadro 33. Limitaciones que incluye el código de ética. Respuestas múltiples.

Situaciones	Porcentaje
Conflicto de intereses: deber de lealtad	64%
Uso de información privilegiada	55%
Regalos y/o atenciones	55%
Pagos de facilitación	46%
Contribuciones caritativas y/o patrocinios	40%
Relación con funcionarios públicos	36%

Al mismo tiempo, se indica que el 49% de las empresas posee una línea para denuncias de casos “faltos de ética”.

Los diferentes aspectos que se presentan indican que uno de los componentes que le da legitimidad a los negocios es el de la transparencia, y las situaciones mencionadas contribuyen de distintas maneras a pautar comportamientos conforme a normas de buenas prácticas que aportan al bien común.

c) Publicación de informes socio-ambientales

La consulta acerca de si las empresas han publicado informes socio-ambientales en los últimos años, muestra escasas proporciones en comparación con la cantidad de certificaciones (cuadro 34).

Cuadro 34: Elaboración de informes por año. Respuestas múltiples.

	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2012
Balance social	22%	22%	25%	24%	23%	23%	12%
Informes de actividades dedicadas al medioambiente	16%	21%	25%	24%	25%	25%	21%
Informes referidos a aspectos de seguridad	16%	30%	33%	30%	28%	23%	24%
Informes de actividades referidas únicamente a la acción comunitaria	11%	14%	19%	18%	13%	15%	21%
Informes de sostenibilidad (aspectos económicos, ambientales, seguridad, comunidad, etc.)	16%	8%	13%	11%	25%	20%	33%
COP	-	13%	14%	16%	18%	13%	24%

Respecto del estudio anterior, puede observarse que aumentaron los informes correspondientes a sostenibilidad, acción comunitaria y las COPs (Informes de progreso de los Principios del Pacto Global). Este aumento es coherente con el aumento de empresas que firmaron el Pacto Global; y al mismo tiempo, se advierte que las empresas han optado por el modelo

de sostenibilidad, no solo porque ha aumentado su proporción, sino porque también ha disminuido el de Balance Social.

Al igual que en el estudio anterior, los reportes de sostenibilidad se dividen en dos grupos: el primero, que sigue la modalidad GRI, y el segundo utiliza otras formas. Entre estas últimas se mencionan diferentes tipos. Algunas empresas señalan que tienen un modelo particular con indicadores propios de gestión, Criterios basados en ISO 26000 y Pacto Global, Principios del Pacto Global, así como la guía *IPIECA (Internacional Petroleum Industry Environmental Conservation Association)*, entre otros.

Se observa que, si bien no hay un modelo común a seguir, se presenta cierta proclividad a informar acerca de las propias actividades, y con mayor énfasis con el enfoque de la sostenibilidad.

Así como se observa un interés en la realización de informes que den cuenta de las acciones, se advierte que consultadas las empresas acerca de la presentación de los temas de RSE en las redes sociales, la amplia mayoría -76%- respondió negativamente.

22. Políticas de RSE, origen e implementación

A fin de estimar el compromiso de las empresas con la RSE, se consultó acerca de la opinión que tenían las propias empresas sobre el grado en que se habían involucrado en la implementación de esas políticas.

Se ofreció a las empresas una escala de 1 a 10 (donde 1 es muy bajo y 10 es muy alto).

La escala numérica se subdividió en 3 partes: bajo (incluye las marcas de 1 a 5); mediano (incluye las marcas 6 y 7) y alto (incluye las marcas 8, 9 y 10) según se presenta en el cuadro 35.

Cuadro 35. Grado de implementación de políticas de RSE 2011-2013.

	2011	2013
Alto	22%	30%
Mediano	28%	42%
Bajo	38%	24%
Sin datos	12%	4%
Total	100%	100%

En el año 2013, la mayor proporción corresponde al nivel mediano, a diferencia del 2011, donde la mayor proporción correspondía al bajo, y además se advierte que los niveles medio y alto en el año 2011 sumaban 50% y en el año 2013 se eleva a 72%, lo que muestra un aumento destacado.

La consulta sobre de qué sector de la empresa surgió la decisión de implementar políticas de RSE, indica que la mayoría señala a los CEO (58%) y Directores (59%), pero también se mencionan accionistas (27%), así como mandos medios, nivel operativo y empleados, lo que sugiere permeabilidad del concepto en distintas posiciones que se manifiesta en fuerte heterogeneidad en la concepción y aplicación de políticas de RSE.

Esta idea se reafirma en el análisis de las respuestas a la pregunta ¿en qué sectores de la empresa se encuentra mayor interés en las políticas de RSE? Las respuestas indican que se presentan tres tipos diferentes: las que hacen alusión a las posiciones, las que mencionan sectores específicos y las

que se refieren a una difusión transversal. Ejemplos de las tres formas se presentan a continuación:

Posiciones interesadas en las políticas de RSE:

- Dirección.
- Mandos medios y operativos.
- Personal de sede.
- Directores/Gerentes y Mandos Medios.
- CEO, Gerentes y Mandos Medios.
- Directores/Gerentes.

Sectores interesados en las políticas de RSE

- Medio Ambiente.
- Medio Ambiente, Seguridad y Calidad.
- Proyectos, Informática y Medio Ambiente.
- Áreas de medio ambiente, SSTMA y RR.HH.
- Recursos Humanos.
- Asuntos Públicos y Gubernamentales, Venture Office.

Interés transversal en las políticas de RSE

- La existencia del grupo multifunción nos ha permitido difundir la política de RSE y lograr gran aceptación en todos los ámbitos de la empresa.
- En todos los sectores, es transversal en la empresa.
- La RSE es transversal a todas las áreas de la compañía, y se capacita a los gerentes y Directores en estos conceptos, para que puedan aplicarlos desde la toma de decisión de todos los sectores y proyectos.

Además de consultar acerca de las áreas con mayor interés, se preguntó a las empresas qué objetivo de RSE se consolidó en el último año. Las respuestas, una vez más, presentan diversas modalidades. Unas hacen referencia a enfoques integrales, otras son de tipo puntual y otras resaltan aspectos contextuales. A continuación se presentan algunos ejemplos:

Objetivos con enfoque integral

- “En 2012 se consolidaron tres pilares estratégicos que deben regir las iniciativas propias de la empresa en materia de programas de innovación social en todo Latinoamérica. Estos pilares son: Cadena de Valor; Uso Responsable y Familias del Personal. Cadena de Valor consiste en proyectos de formación técnica y empresarial de proveedores y personas independientes o microempresarios vinculados al sector de electricidad y gas que puedan integrarse en la cadena de valor. Uso Responsable consiste en proyectos que promuevan la seguridad y el uso eficiente tanto del gas como de la electricidad entre los clientes y la sociedad en general. Por último, el Pilar Familias del Personal consiste en Proyectos que promuevan los estudios y la inserción laboral de los hijos y familias del personal”.
- “Reconocimiento a la gestión sustentable de la compañía, mediante la obtención de diferentes premios por su Inversión social privada, ambiental y relaciones con la comunidad”.

- “Los proyectos integrados a través de los ejes de gestión: cuidado del ambiente, educación, construcción de ciudadanía y desarrollo local, que encontraron su aplicación en la concreción de distintos programas, entre los que se destacan algunos relativos a infancia y Juventud (Red de Prevención de Accidentes Infantiles, Integración Social a través de la práctica deportiva, Aulas Digitales 2.0, Fortalecimiento de Centros de Desarrollo Infantil para niños en riesgo, Rincón de lectura, Talleres de capacitación juvenil en educación en medio ambiente), y otros relativos a atención de comunidades aborígenes y promoción de la cadena de valor”.
- “Elaboración de un tablero de indicadores clave, surgidos de la detección de 25 indicadores del GRI, fundamentales para plantear un desarrollo sostenible para la compañía”.
- “Nuevo concepto de sustentabilidad Transversal. Política de Calidad, Salud, Medioambiente y Seguridad. Trabajo para el desarrollo local y sustitución de importaciones. Mecanismos de diálogo con comunidades originarias. Firma del acuerdo de No violencia laboral”.

Objetivos con enfoque puntual

- “La implementación de un nuevo programa y la primera edición de un Premio al Desarrollo Sustentable”.
- “Participar activamente en cambio de hábitos, pensando en la mejora continua de calidad de vida de niños en situación de riesgo social”.
- “Muestras de compromiso manifestadas por la empresa ante la defensa del trabajo y la paz social”.
- “Dejar establecido un programa corporativo de Voluntariado”.
- “Extender las acciones de relaciones con la comunidad a diferentes áreas de influencia de la compañía”.
- “Creación de la Gerencia de RSE”.

A fin de conocer el contexto de surgimiento y desarrollo de las políticas de RSE, se consultó acerca de ello y las respuestas mostraron la diversidad de situaciones.

Las empresas de menor tamaño señalan aspectos específicos vinculados con la necesidad de colaborar con la sociedad de la cual son parte. Dos ejemplos al respecto son los siguientes:

- “Se originó por la necesidad corporativa de colaborar con la sociedad”.
- “Agregar valor en las comunidades con las que tenemos contacto directo, y crear un vínculo sostenible en el tiempo tratando de acompañar a la sociedad.”

En las empresas medianas, según la cantidad de personal, en su relato acerca del origen de las políticas de RSE, se puedan señalar principalmente dos aspectos: progresividad y sostenibilidad. En los ejemplos se pueden advertir esas ideas:

- “La RSE se originó a través de una decisión de la compañía en abarcar temas que excedieran el cumplimiento de aspectos legales y que consideraran cumplir las expectativas de los grupos de interés internos y externos”.

- “Las acciones de RSE se van implementando siempre en vías de lograr sustentabilidad en los resultados”.
- “Las políticas u acciones de RSE de la compañía se desarrollaron en forma gradual, en el marco de un proceso evolutivo, hasta lograr que las mismas atravesen de forma transversal la cultura de la empresa”.
- “Se pueden señalar tres sucesivos momentos: hasta mediados de los noventa se realizaban acciones de carácter filantrópico, luego los proyectos fueron adquiriendo un valor estratégico tanto para la compañía como las partes interesadas, y posteriormente se desarrollaron estrategias de relacionamiento a fin de llegar a una gestión integral”.

Las grandes empresas presentan también progresividad, sostenibilidad y gran diversidad en la forma de operar: profesionalidad, reputación. A continuación se presentan algunos ejemplos:

- “El grupo coloca su compromiso social en el centro de su estrategia como parte de su gestión de calidad industrial. Por ser la gestión social uno de sus pilares para responder a los desafíos del desarrollo sustentable, su aplicación se rige por criterios profesionales a fin de alcanzar la excelencia operativa, como en cualquier otro aspecto de la actividad empresarial”.
- “Al principio de las operaciones se actuaba más con un sesgo asistencial y paternalista, motivados por mantener relaciones de convivencia con las comunidades circundantes. Con el tiempo esta relación fue virando hacia mayor compromiso y respeto mutuo, se introdujeron conceptos como sostenibilidad y largo plazo. Internamente hemos consolidado directrices, metodologías de trabajo y diversos aspectos operativos inherentes al diseño y la gestión de programas de desarrollo social, particularmente aquellos orientados al desarrollo comunitario”.
- “Forma parte de la cultura de la organización desde su inicio. El principio de participar activamente apoyando el crecimiento de las comunidades donde opera la empresa es un valor que se ha manifestado de diferentes formas a lo largo del tiempo hasta ir tomando la forma que tiene actualmente”.
- “Fue un proceso gradual, mediante el cual se pasó de un primer estadio de asistencialismo hacia las comunidades vecinas a las operaciones; a la comprensión de la necesidad de un involucramiento mayor de toda la compañía, de manera de facilitar la sustentabilidad del negocio; a través de mantener prácticas justas y transparentes a lo largo de toda la cadena de valor; respetando los derechos humanos; utilizando los más altos estándares ambientales y sociales; de manera de consolidar una reputación de empresa Social y Ambiental responsable; con el fin de garantizar la sustentabilidad del negocio”.



Conclusiones principales

Perfil de las empresas

Tamaño, actividad y año de inicio de las empresas

1. Casi la mitad de las empresas estudiadas (47%), tienen más de 600 empleados. El resto se divide entre las que tienen hasta 199 (29%) y las que oscilan entre 200 y 599 empleados (24%).
2. En el conjunto se observa que las de mayor tamaño tienen mayor trayectoria pues se iniciaron antes de 1991 (60%), y las de menor tamaño tienen un origen más reciente.
3. Las empresas estudiadas se dedican principalmente a la producción y la exploración y, en menor proporción, a servicios petroleros.

Dinámica del sector

4. Si bien algunas empresas mantienen su denominación desde su origen, se observa que otras lo han cambiado. Entre las empresas que tienen su origen antes de 1991, solo el 46% mantiene su nombre.
5. Se afianza una tipología de empresas según su momento de origen: históricas (antes de 1991), de la globalización (la década de 1990), y las que comenzaron en el siglo XXI.

Cobertura geográfica

6. Las empresas y productos del sector tienen alcance nacional, aunque en distinta proporción. Contrastan la Ciudad de Buenos Aires y Neuquén por un lado, con una presencia empresarial de 86% y 76% respectivamente, y por otro, la provincia de Misiones, que apenas cuenta con un 9%.

7. Las empresas tienen presencia en distintas provincias. Las muy grandes están en 15 y más jurisdicciones, y representan una proporción aproximada del 15%, porcentaje que se sostiene en los 3 últimos informes; las empresas de menor tamaño están presentes principalmente en un rango que varía de 5 a 14 jurisdicciones; y las que están en 4 o menos jurisdicciones, han aumentado su proporción en el 2013, y esas empresas son principalmente las creadas después del 2001.

Certificaciones

8. El 85% de las empresas tiene alguna certificación y se observa un crecimiento desde el año 2009, aunque la proporción es mayor entre las grandes y menor entre las que iniciaron operaciones después del 2011.
9. Si bien el porcentaje más alto de acreditación es en ISO 9001, se observa un fuerte crecimiento en OSHAS 18001.

Relaciones internas y su contexto

Gestión ambiental

10. La capacitación acerca del cuidado del medio ambiente y el reciclaje de materiales son las principales actividades desarrolladas por las empresas.
11. Las compañías de mayor tamaño son las que exhiben mayores proporciones en casi todos los temas (capacitación, auditorías, mediciones, etcétera), aunque las de menor cantidad de personal se destacan en la medición de ahorro en el consumo de energía eléctrica.
12. Si bien en el informe del año 2011 se observaba una tendencia positiva en el tratamiento de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, en el 2013 se advierte que la proporción no aumentó.
13. En términos de cuidado del medio ambiente, la última década indica que las principales acciones han sido el tratamiento de residuos, el reciclaje de materiales y la reducción de consumos estratégicos, y estas crecen proporcionalmente según el tamaño de las empresas.

Cumplimiento de parámetros de salud, seguridad e higiene

14. La percepción sobre el cumplimiento de estándares de salud, seguridad e higiene es de alto nivel. Ninguna empresa ha respondido bajo o muy bajo.
15. Desde el año 2009, cuando se inició la consulta acerca de políticas sobre consumos de alcohol y de drogas, se observa que las proporciones se han ido incrementando, lo que indica que las empresas han considerado estos aspectos críticos en el marco laboral, aunque los porcentajes son mayores en las empresas más grandes y en las que iniciaron operaciones después del 2001.
16. En términos de salud, seguridad e higiene, la última década muestra un crecimiento en casi todos los temas consultados, siendo muy alta la proporción en capacitación en seguridad y muy relevante el cambio de porcentajes del 2011 al 2013 en disminución de accidentes laborales.





Clima socio-laboral

17. Las empresas presentan una tendencia creciente en la realización de encuestas de clima socio-laboral.
18. Los aspectos positivos más señalados son la confianza, el compromiso y la organización, mientras que los negativos son la comunicación y las compensaciones.
19. Las acciones para superar los aspectos negativos están centradas en dinámicas grupales y beneficios para el personal y su familia.
20. La incorporación de personas con discapacidad es muy exigua, y en su gran mayoría las descripciones de los puestos solicitados, además de incluir los requisitos profesionales, no describen las discapacidades que podrían ser funcionales al puesto.

Beneficios al personal

21. Entre los beneficios al personal se destacan la capacitación laboral, los adelantos de sueldos, así como también el desarrollo profesional.
22. El 41% de las empresas presenta un promedio de 29 horas de formación anual por empleado.
23. Entre los beneficios extras para el personal, se destacan servicios de ayuda para maternidad, planes de pensiones, y descuentos de productos/servicios de otras empresas.
24. Con respecto a la familia, se observa un aumento de programas que se refieren a recreación para niños e integración laboral.
25. Las políticas expresas de conciliación familia-trabajo son mencionadas por muy pocas empresas, y en general son superiores las políticas que se refieren a desarrollo de personal, transparencia, inclusión de jóvenes profesionales y horario flexible.
26. En relación a beneficios para el personal, en la última década se destacan las condiciones de trabajo, su entorno y aspectos que se refieren al bienestar integral (familia, licencias especiales, eventos culturales).

Relaciones comerciales: clientes, proveedores

27. La selección de los proveedores se realiza según criterios de calidad, cumplimiento y precio. Son aspectos que no presentan variación en los estudios anteriores.
28. La amplia mayoría de los proveedores es de origen nacional.
29. Los programas para considerar la satisfacción del cliente indican un fuerte crecimiento en el 2013.

Empresas y acción comunitaria

Acciones y responsables

30. La proporción de actividades comunitarias en el 2013 es del 91%, y si bien las empresas de mayor tamaño son las que presentan mayor proporción, debe señalarse que las de menor tamaño, según la cantidad de personal, han aumentado su proporción desde el 2011.
31. Al igual que años anteriores, en su gran mayoría es un solo sector o departamento el que se ocupa del tema. En estos, además de ser muy diversos en las distintas empresas, la tarea es asumida por personas de

distintos niveles jerárquicos, desde presidentes o vice presidentes, hasta jefes de sector.

32. Los seis temas que tienen mayor visibilidad y repercusión son los siguientes: pobreza, creación de fuentes de trabajo, salud, educación, desarrollo local y seguridad ambiental. Cada uno de ellos tiene diferentes proyectos (por ejemplo, en salud se incluyen atención pediátrica, odontológica, oftalmológica, disminución de la mortalidad infantil, etcétera), y se desarrollan en distintas zonas del país. Los programas de pobreza están focalizados en alimentación, y se implementan principalmente en zonas con altos índices de NBI.
33. Las acciones comunitarias de las empresas se complementan internamente con programas de voluntariado corporativo, los que presentan en el informe 2013 una tendencia ascendente. Estos programas incluyen también a empleados no formalizados en el mismo, personas de organizaciones de la sociedad civil, funcionarios de distintas instancias gubernamentales, así como otras personas interesadas. De esa manera, se constituyen espacios de articulación y participación múltiples, tanto para formular ideas como para implementarlas y aportar recursos.

Donaciones

34. Si bien en estudios anteriores se observaba que regularmente se realizaban donaciones de bienes de uso, especialmente de computadoras, impresoras y otros elementos afines, en este informe 2013 se advierte que en la mayoría de los ítems consultados las proporciones han disminuido. Sin embargo, como en años anteriores, las donaciones se hacen a hospitales, escuelas, y centros comunitarios y vecinales de distinto tipo.
35. Las razones que siguen las empresas para hacer sus donaciones pueden delimitarse según tres aspectos: proximidad geográfica con la empresa, la necesidad observada, o la solicitud de otros requerimientos y la posibilidad de mejoramiento.
36. De acuerdo con lo observado, son significativas las donaciones en jurisdicciones que tienen presencia relevante de las empresas, pero también no son menores las donaciones en jurisdicciones con menor presencia empresarial, como por ejemplo el Conurbano bonaerense y la provincia de Buenos Aires.
37. El análisis de apoyos y donaciones por temas permite advertir que es continua la importancia de la educación, tanto en el nivel primario como en el secundario y universitario. Por otro lado, con respecto a salud, se destaca el apoyo a la infancia, aunque en menor proporción, y sí son mayores las proporciones de apoyo a bomberos y policía.
38. Uno de los cambios interesantes es que el apoyo a temas de pobreza se ha ido complementando con proyectos tendientes a superarla, relativos a la creación de fuentes de trabajo y educación, con una visión emprendedora y sustentable.
39. En relación a los últimos diez años, las empresas han respondido que los cambios se han centrado en dos aspectos: a) mayor vinculación con la comunidad y el Estado, y b) gestión de procesos tendientes a superar una modalidad asistencialista.

Articulación institucional

40. Con relación a la vinculación institucional, en el informe del 2013 se observa una profundización de la asociación con otras empresas.
41. Otro aspecto a destacar es el aumento de las empresas que han firmado el Pacto Global, especialmente aquellas que tienen su origen en la década de 1990. Las razones por las que firman son el reconocimiento de que constituye una guía para el propio desenvolvimiento.
42. La consulta acerca de la consideración de vulneraciones en las propias operaciones de políticas específicas de Derechos Humanos, tales como contaminación sonora, u otras semejantes, indica que muy pocas empresas respondieron afirmativamente. Al respecto, es innovadora una empresa que mencionó haber elaborado una guía para contratistas que trabajan en territorios con alta conflictividad social.
43. El 70% de las empresas cuenta con un código de ética; también realizan informes/memorias de actividades; pero en una proporción mucho menor, prácticamente no tienen presencia en las redes sociales.
44. Una importante proporción de las empresas estudiadas indica que tiene un grado de implementación de las políticas de RSE mediano y alto, 42% y 30% respectivamente, cifras superiores al informe del 2011.
45. Otras afirmaciones muestran permeabilidad del concepto de RSE en distintas áreas de las empresas, y de muy diversas maneras, pues algunas presentan aspectos puntuales y otras una visión integral.

Conclusión general

Las empresas de petróleo y de gas en Argentina constituyen un conjunto heterogéneo, tanto por su tamaño como por su trayectoria.

Su desenvolvimiento está basado en recursos naturales y su locación depende principalmente de ello, aunque luego sus productos se extienden en muy diferentes zonas. Son empresas que tienen amplia cobertura geográfica solo algunas, las más grandes -de más de 600 empleados-, superan su presencia en más de 14 jurisdicciones; pero las medianas -de 200 a 599 empleados- oscilan su presencia entre 5 y 14 jurisdicciones. En el presente informe se observa que las empresas de menor tamaño han aumentado su proporción entre las que abarcan menos de 5 jurisdicciones.

Independientemente de la heterogeneidad señalada, se observa que las empresas de todo tamaño presentan crecimiento en distintas certificaciones. En el 2013 se advierte que el incremento más relevante le corresponde a OSHAS 18001, lo que indica una de las características propias del sector petróleo y gas: la calificación y competitividad profesional, especialmente en temas de seguridad industrial.

Otro aspecto importante que lo caracteriza es el que se refiere al cuidado del medio ambiente. Al respecto, se observa que las tendencias más importantes le corresponden a capacitación para la gestión ambiental y la práctica del reciclaje, y entre las empresas de menor tamaño se distingue la medición para el ahorro de energía eléctrica.



Seguridad y ambiente parecen ser puntos fundamentales del sector, los que se complementan con el cuidado del personal, lo cual se percibe mediante el aumento de realización de encuestas de clima socio-laboral. Al respecto, si bien se observa consecutivamente la valoración de la organización, se señalan falencias de comunicación y compensaciones, también en forma repetida.

En cuanto al personal, desde el 2011 se ha relevado la existencia de políticas sobre el consumo de alcohol y de drogas. Las empresas van tomando este aspecto con mayor alcance y, al mismo tiempo, se han observado políticas de beneficios para el personal orientadas a diversos aspectos, entre ellos el deporte y eventos culturales, lo que puede interpretarse como un enfoque amplio e integral de condiciones laborales.

Las actividades comunitarias continúan siendo una parte relevante de estas empresas, pero en menor medida en las de menor tamaño, aunque en el presente informe se advierte un crecimiento porcentual respecto del estudio del 2011. Las empresas, si bien atendieron los aspectos de mayor necesidad, desde el informe del 2009 se han comenzado a observar programas con un enfoque de promoción con la convicción de superar el asistencialismo, pero también creación de fuentes de trabajo; y una labor más racional partiendo de un diagnóstico y midiendo los resultados alcanzados a fin de evaluar el proceso y conocer el impacto. Los programas son variados y no todos tienen el mismo procedimiento.

A modo de síntesis, puede señalarse que el conjunto heterogéneo de las empresas de petróleo y de gas presentan en su gran mayoría temas centrales, como cumplimiento de estándares técnicos y capacitación para seguridad, cuidado del ambiente y atención amplia del personal, aspectos principales de diferentes guías de sostenibilidad y de los principios del Pacto Global.

Con referencia a posibles líneas de acción, puede sugerirse la ratificación de la capacitación en seguridad industrial y el cuidado del medio ambiente.

También es deseable buscar formas de superación en temas de comunicación interna, para las que se requerirían conocimientos más precisos acerca de las razones por las que reiteradamente la comunicación aparece como una debilidad.

En cuanto a los programas de vinculación con la comunidad, son varios los aspectos a reafirmar. Entre ellos pueden mencionarse el partir de diagnósticos rigurosos que permitan establecer prioridades, formular objetivos específicos que puedan ser evaluables, favorecer la articulación con el Estado y las organizaciones de la sociedad civil, a fin de establecer programas de colaboración, así como evaluar los impactos logrados.

Referencias bibliográficas

- Balian de Tagtachian, Beatriz, *et al.* (2001) *Actividades Comunitarias de las empresas de la industria del petróleo y del gas*. Buenos Aires. IAPG.
- Balian de Tagtachian, Beatriz, *et al.* (2004, 2007, 2009, 2011) *La responsabilidad social de las empresas de la industria del petróleo y del gas*. Buenos Aires. IAPG.
- Büchner, Lutz Michael (2013): “*Corporate Social Responsibility and Sustainability from a Global, European and Corporate Perspective. Corporate Social Responsibility and Sustainable Governance*”. *European Institute for Labour and Industrial Relations*.
- Gowda, Huchhe (2013): “*The evolution of Corporate Social Responsibility (CSR) in India*”. *Indian Streams Research Journal*, Volumen 3, Issue 5, junio.
- Vargas Forero, Gonzalo Alfredo (2011): “Responsabilidad social empresarial, ciudadanía y desarrollo”, *Cuad. Admar.ser.organ*, Bogotá (Colombia) 24 (43) julio-diciembre.



Programas en la comunidad

Apache Argentina

Un trabajo comunitario enriquecedor

La compañía Apache participa y promueve continuamente diversos programas tendientes a mejorar la calidad de vida de las distintas comunidades con las que opera.

Es el caso del paraje “La Amarga”, ubicado a unos 70 km. de la ciudad de Zapala; es un lugar con típicas características de la estepa patagónica: suelo árido, escasas lluvias y poca vegetación. De clima frío en el invierno y una amplitud térmica muy grande en el verano. Allí viven 16 familias que conforman la comunidad mapuche Antipan. Algunas de estas familias crían ganado caprino para el autoconsumo, y unos pocos jóvenes trabajan en las mineras de la zona, dedicadas a explotar la arcilla. Este paraje cuenta con una escuela primaria, a la que asisten unos 20 alumnos de distintas comunidades de las zonas aledañas.

Uno de los principales problemas de esta comunidad es la falta de agua, que limita tanto el desarrollo familiar como local. Es en este contexto donde la compañía Apache, junto con la Fundación Cruzada Patagónica y la comunidad mapuche Antipan, vienen trabajando comunitariamente desde hace cuatro años en la captación de este vital elemento, como así también en la promoción de acciones productivas para el desarrollo de las familias.

La primera etapa consistió en el armado de una red de distribución de agua para las familias. Para el logro de este objetivo, y con activa participación de la comu-



nidad, se instalaron dos tanques australianos y una red de 7 km de cañerías con válvulas automáticas. Además, se colocaron bebederos para animales en cada tanque australiano, y se trabajó en la distribución del tendido de la red, que finaliza dentro de cada predio de las familias que habitan en el paraje.

Como segunda etapa, se promovió la mejora de las instalaciones, la puesta en marcha de un nuevo molino, la producción bajo cubierta de hortalizas, la plantación de árboles bajo riego por goteo y la utilización de agua en los hogares. Con la instalación y puesta en funcionamiento del nuevo molino, se logró mejorar la calidad de vida de los habitantes de este paraje patagónico, ya que el agua que se obtiene es apta para un uso domiciliario. Los árboles plantados, por su parte, ya son una realidad que, con su pequeño verdor, contrastan con el típico color de la estepa. Puede decirse que esta segunda etapa, hoy ya en su recta final, arrojó resultados alentadores.

Según las palabras de Yolanda Antipan, lonko de la comunidad, el próximo desafío consistirá en “encontrar nuevos pozos de agua, para no quedarnos con este solamente”.

Hay otros objetivos que se van sumando a este trabajo comunitario, como por ejemplo dejar capacidad instalada en cada productor, a partir de la capacitación técnica con instituciones y organismos no gubernamentales.

La comunidad mapuche Antipan, Fundación Cruzada Patagónica y Apache han establecido fuertes lazos de relación durante estos últimos años, que se han visto fortalecidos con el trabajo conjunto y la visión de contribuir comunitariamente a una mejor calidad de vida.



Axion Energy Argentina S.A.

Uso Eficiente y Racional de la Energía

AXION energy gestiona sus operaciones comprometida con una visión sustentable, sumando no solo al crecimiento económico sino también valor social y ambiental. Ese compromiso es con la sociedad y está relacionado con involucrarse, contribuir y ayudar a los demás. Por ello se trabaja en los siguientes principios: educación, infraestructura, inclusión, salud y medio ambiente.

Enmarcado en este último eje, y entendiendo el contexto actual acerca de los recursos energéticos en nuestro país, a mediados de 2013, se decidió lanzar el “Programa Uso Eficiente y Racional de la Energía”, desarrollado junto al Instituto Argentino del Petróleo y del Gas, para escuelas en Campana, provincia de Buenos Aires, ciudad donde se encuentra la refinería de AXION energy.

El principal objetivo de este programa es promover la sustentabilidad energética y la preservación de los recursos naturales no renovables, enfocándose en los



niños en edad escolar para, desde allí, trasladar el conocimiento hasta las familias.

Junto a las autoridades educativas, se ha programado el dictado de las charlas en diversas escuelas de Campana, llegando a fines de 2013 a más de 860 alumnos de 6° grado, y cubriendo 12 escuelas primarias de la ciudad.

De esta manera, se desarrolla una charla acerca de cómo administrar correctamente la energía y preservar los recursos. Los contenidos curriculares que abarca son la educación en el consumo, la educación ambiental, los servicios urbanos, los recursos naturales, las problemáticas ambientales, las fuerzas y el movimiento. Dichos contenidos son abordados a través de materiales didácticos como videos, fichas y posters, a la vez que una metodología dinámica de aprendizaje.

Gracias al aporte de los empleados voluntarios, quienes dictan las charlas, muchos chicos aprenden acerca de la necesidad de reducir el consumo de energía y la conservación de los recursos.



Bolland y Cía S.A.

“Integración: Pilar fundamental para una mejor calidad de vida”

Bolland colabora con la Asociación Quilmeña Deporte y Salud, ubicada en San Francisco Solano, Quilmes, pcia. de Buenos Aires. El “Programa Escuela Deportiva Ringo Boxing Club” tiene como objetivo promover y facilitar el crecimiento y el desarrollo saludable de los jóvenes, niñas y niños de la zona. Está dirigido a personas que, ya sea por ausencia de apoyo familiar, de espacios de contención y referencia, o falta de proyectos y actividades, se encuentran en situación de marginalidad y emergencia, con las resultantes consecuencias negativas: violencia, adicciones, delincuencia.

La Asociación cuenta con un equipo de personas que interactúan en las áreas de trabajo de deporte y salud, y con un cuerpo de voluntarios que se acercan a los chicos para trabajar en la reconstrucción de sus vínculos y así ir generando espacios alternativos saludables de inserción social a través de la práctica y el entrenamiento deportivo.

El “Programa Con la Panza Llena”, responde a la necesidad básica de alimentación, que abarca desde niños hasta personas de la tercera edad, considerando la nutrición de la comunidad como un tema crítico y prioritario.

El inicio de esta gran obra tuvo lugar en 1993, con la iniciativa de Pedro Franco, de impecable trayectoria en el boxeo profesional, y de sus familiares. Actual-



mente Pedro enseña boxeo a más de 80 chicos de la zona, y junto con su familia cocinan y alimentan a más de 130 niños en el comedor San Gabriel.

Además de contribuir con envíos de alimentos, ropa, calzado e insumos para la actividad deportiva, voluntarios de Bolland han estado presentes en las celebraciones del Día del Niño ayudando a las mamás organizadoras en el reparto de la merienda y de los regalos.

Bolland colabora también en Neuquén, en forma permanente, con la Fundación “Crecer en Comunidad”, para la contención y el desarrollo integral de las personas discapacitadas, teniendo como objetivo el logro de una mejor calidad de vida dentro de la comunidad. Esta entidad sin fines de lucro trabaja para la integración social y escolar de las personas con discapacidad. La Empresa dona material informático y, además, participa en el mantenimiento mensual y en la renovación de equipos. También ha contribuido con mejoras en el calefaccionamiento de la sede de la Fundación. La Empresa ha colaborado en la organización de diversos eventos, tales como las “Jornadas de Formación e Inclusión Educativa y Social”, destinadas a docentes de la región, y que fueron declaradas de interés provincial y municipal, y el Encuentro de Música a beneficio de la Fundación, con la participación de músicos locales. Bolland también aportó la papelería y la publicidad para difundir ambos eventos.



Chevron Argentina S.A.

Capacitación en oficios y Gestión de micro-emprendimientos en General Roca

En el marco del compromiso de Chevron Argentina con el desarrollo económico de las comunidades donde opera, desde 2011 la empresa desarrolla en alianza con Foro 21 el programa Capacitación en oficios y Gestión de micro-emprendimientos en General Roca, provincia de Río Negro.

El programa tiene como objetivo mejorar las condiciones de empleabilidad de la población local, a partir del dictado de cursos de capacitación dirigidos a personas desempleadas o sub-ocupadas, interesadas en la búsqueda de oportunidades de inserción laboral.

Las áreas temáticas de los cursos son consensuadas con la Unidad de Servicios para el Empleo y la Producción (USEP) de General Roca, en función de la oferta y demanda de empleo local, y de la oferta de capacitación ya existente. En ese sentido, en la edición 2011/2012 del programa se dictaron cursos en operador de equipos de computación, poda de árboles frutales, normas de bromatología y elaboración de conservas. La edición 2013/2014 del mismo focalizó la oferta de capacitación en reparación de equipos electrónicos y de refrigeración, el secado de frutas y verduras, monitoreo de plagas y agroturismo. El dictado de los cursos es proseguido por un módulo de capacitación en Gestión de micro-emprendimientos, que finaliza con la selección de los emprendimientos

evaluados como de mayor potencial y viabilidad, que reciben un premio en dinero para su desarrollo.

En la edición 2013/2014 del programa, el dictado de los cursos será complementado con una instancia de tutorías, con el objetivo de acompañar a los participantes en el proceso de inserción laboral o de gestión de su micro-emprendimiento.

Los cursos están abiertos a toda la comunidad y son completamente gratuitos. La convocatoria se realiza a través de avisos en diarios y radios locales; al mismo tiempo, los participantes reciben una beca mensual de forma de poder cubrir los gastos asociados a su asistencia a los cursos.

Desde el inicio del programa en 2011, más de 200 personas han participado en los cursos de capacitación, viendo mejoradas sus habilidades para la inserción laboral, reforzando así la importancia de la articulación público-privada en la generación de impacto social.



ExxonMobil Exploration Argentina S.R.L.

Educación con ONGs

A través de iniciativas de responsabilidad social, ExxonMobil Exploration Argentina focaliza esfuerzos en cuatro áreas principales: educación, salud, seguridad y medioambiente. El 70% de las actividades se encuentran en las comunidades cercanas al área donde realiza sus operaciones en la provincia de Neuquén.

Ha contribuido en programas de educación auspiciados dentro de la compañía, como el programa "GWIM", que es la iniciativa para Oportunidades Económicas para Mujeres, como también otros proyectos vinculados con ciencias, tecnología y formación en matemáticas.

Este año el principal foco de las actividades está basado en el área de educación, donde junto con Organizaciones No Gubernamentales del país se han realizado varias acciones en la provincia de Neuquén. Una actividad importante fue la donación y entrega de libros a todas las escuelas primarias de Rincón de los Sauces, con el apoyo de Fundación Leer. Además, ExxonMobil Exploration Argentina apadrina a jóvenes de comunidades rurales en educación secundaria y formación técnica en el CEI San Ignacio de la Fundación Cruzada Patagónica en Junín de los Andes. También allí se ha entregado equipamiento de seguridad para la educación rural, siendo la seguridad la prioridad más importante de esta compañía.



Asimismo, ha aportado para la educación en ciencias para jóvenes patagónicos, apuntando a mejorar el rendimiento académico de los estudiantes, generando conciencia ambiental a través de la aplicación práctica del conocimiento científico. ExxonMobil Exploration Argentina ha colaborado con la formación de profesores en ciencias naturales y se encuentra auspiciando un taller de ciencias en el CEI San Ignacio, con profesores capacitados en el programa de STEM en Estados Unidos.

Del mismo modo, ha colaborado en talleres de formación profesional para crear nuevas oportunidades de inserción laboral y social, de manera que esta iniciativa logre disminuir las posibilidades de caer en problemáticas sociales.

A través de distintos proyectos, ExxonMobil continuará aportando a un mejor desarrollo educativo en las comunidades rurales de Neuquén, considerando que la educación es esencial para el crecimiento del país.



Gas Natural Fenosa

Primera Exportación para Pymes

El Programa Primera Exportación, de la Fundación Gas Natural Fenosa, una de las nueve distribuidoras de gas natural por redes de la República Argentina, nació en el año 2001 en nuestro país con la intención de crear una alternativa para poder afrontar la crisis económica reinante en ese momento.

El Programa tiene como finalidad el asesoramiento y la capacitación en forma gratuita a Pequeñas y Medianas empresas que quieran iniciarse en el comercio exterior, o que ya han comenzado a exportar, como así también promueve simultáneamente el cuidado medioambiental y el desarrollo social.

El objetivo es llevado a cabo a través de asistencia técnica, de asesoramiento personalizado, de capacitación en temas de comercio exterior, management y marketing, como así también mediante seminarios que se llevan a cabo tanto en la sede administrativa de Gas Natural Fenosa (en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires), como en diversas instituciones y oficinas municipales de los 30 partidos de la provincia de Buenos Aires en los que la compañía distribuye gas natural por redes.

Otro de los objetivos del Programa consiste en pro-

mover y poner al alcance de las Pymes, herramientas que le permitan insertarse internacionalmente con sus empresas y productos, haciendo posible de esta manera la vinculación de las mismas con otras instituciones y organismos, tanto públicos como privados, facilitadores del comercio.

Por otro lado, además, se edita un *newsletter*, que contiene información relevante en comercio exterior, y que se envía a más de trece mil Pymes suscriptas. Este es el canal de comunicación para brindar información sobre los cursos, el lanzamiento de la convocatoria a la beca y la invitación a los diferentes eventos de capacitación.

Con respecto a las becas, desde el año 2007 las mismas se otorgan a empresarios Pyme argentinos para que realicen un curso de capacitación en management en la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona. Allí se desarrollan mesas de negocios con empresas españolas para explorar oportunidades mutuas de negocios.

Gracias a este Programa Primera Exportación, que ya ha sido galardonado en 30 oportunidades, se dictaron más de 730 seminarios; alrededor de 1.200 empresas concretaron sus primeras exportaciones; se formaron 6 consorcios y una cooperativa de exportación; y, entre asesoramientos y capacitaciones brindadas, el Programa ha beneficiado ya a más de 40.000 empresas.

Para contactarse con el Programa Primera Exportación, llamar al 4309-2606, o ingresar al siguiente link: <http://www.primeraexportacion.com.ar/>



GeoPark

Un compromiso asumido a largo plazo

GeoPark es una empresa que desarrolla diferentes operaciones en Chile, Colombia, Brasil y Argentina. Desde su creación, esta compañía se ha comprometido con las distintas comunidades para llevar adelante proyectos que cumplan con tres requisitos fundamentales: 1) que desarrollen gradualmente la autogestión; 2) que conlleven el desarrollo de habilidades para poder trabajar en equipo y de manera cooperativa; y 3) que estén orientados a fortalecer valores, principalmente de cooperación y de retribución.

Uno de los proyectos más relevantes llevados a cabo por la compañía es la creación del Club Deportivo GeoPark (CDG), que en la actualidad cuenta con diez ramas deportivas, con más de seiscientos beneficiarios directos y más de mil indirectos, con edades que van desde los 6 a los 55 años, o incluso más.

El objetivo fundamental del CDG es proporcionar un ambiente de contención, respaldo y apoyo a la juventud, en procura de mejorar su calidad de vida y sus habilidades personales, a través de los distintos deportes y del trabajo cooperativo y colaborativo en equipo.

Se generan proyectos deportivos para acogerse a la Ley de Donaciones Deportivas de Chile, a través del Instituto Nacional de Deportes, de preparación y or-



ganización de competencias, la adquisición de implementos de seguridad, las escuelas deportivas, la participación en competencias tanto locales, nacionales e internacionales, tales como la Unión Santacruceña de Rugby (USR), y diversas competencias en las provincias de Neuquén, Santa Cruz y Tierra del Fuego. A consecuencia de todo esto, actualmente existen cuatro escuelas deportivas de básquetbol, dos de vóleybol, dos de rugby, dos de hándbol, clínicas en escuelas, colegios y liceos, que reúnen a más de mil quinientos alumnos.

“Crear valor y retribuir”: lema que constituye la esencia del enfoque integrado que ha adoptado GeoPark, alineando sus objetivos empresariales con sus valores y responsabilidades fundamentales, con el objetivo primordial de brindar apoyo y cooperación a las distintas comunidades con las que opera.



Medanito S.A.

“Cuidemos el ambiente y la energía con Medanito”

El programa “Cuidemos el ambiente y la energía con Medanito” fue lanzado por la compañía Medanito, junto al IAPG, en la localidad de Rincón de los Sauces, durante el 2013 y ha permitido que los más de 600 alumnos de todos los 5° grados de las escuelas de esa localidad participen de una propuesta que promueve el desarrollo de una conciencia ética y ecológica sobre el uso eficiente de la energía.

Este programa buscó impulsar modificaciones en los hábitos del consumo energético, a partir de herramientas metodológicas y de autoevaluación que permiten identificar posibles mejoras en el uso de la energía y el ahorro de recursos naturales no renovables. Está destinado tanto a los alumnos como hacia el resto de la sociedad, con vistas a que las generaciones futuras puedan hacer un uso más eficiente y racional de dichos recursos.

Sus objetivos apuntaron, por una parte, a que los chicos participen activamente del cuidado de los re-

ursos energéticos naturales en sus diferentes entornos, ya sea en la escuela, el barrio, la casa, entre otros y por otra que puedan desarrollar su responsabilidad como ciudadanos a partir de la oportunidad de tratar sobre problemáticas cruciales y comunes a todos, profundicen conocimientos, identifiquen conductas relativas al uso ineficiente de la energía y sean capaces de cambiarlas, se transformen en comunicadores de este mensaje, y puedan lograr un “efecto en cascada” sobre el resto de los integrantes de su ambiente directo; reduzcan el consumo de gas y de electricidad, y logren así un ahorro medible y económico.

Esta acción se inserta dentro del Programa de Responsabilidad Social Corporativa de Medanito, que traduce el firme compromiso de la compañía con el desarrollo sostenible de la comunidad, a través de la atención a grupos vulnerables, la contribución al cuidado del ambiente, la protección de los derechos sociales, económicos y culturales de las personas, y la mejora de los servicios de salud, educación y trabajo.

Medanito escucha y atiende las distintas necesidades de la comunidad generando, para el logro de sus objetivos, los vínculos adecuados y convenientes, fortaleciendo sus instituciones, ofreciendo capacitación y acompañando el desarrollo de iniciativas comunitarias.



Pan American Energy (PAE)

“Creciendo juntos”

El programa Creciendo Juntos surgió en respuesta a las altas tasas de mortalidad neonatal e infantil registradas en Comodoro Rivadavia, Chubut, en 2001-2003.

En 2004, Pan American Energy (PAE) firma acuerdos con FUNCEI (Fundación Centro de Estudios Infecciológicos) y la Secretaría (luego Ministerio) de Salud de Chubut para trabajar en la disminución de estos índices, con foco en el Golfo San Jorge (GSJ), región que abarca el sur de Chubut y el norte de Santa Cruz.

Los objetivos generales iniciales comprenden colaborar para disminuir la mortalidad neonatal y materno-infantil, disminuir el riesgo materno-fetal y neonatal y desarrollar un programa de educación sobre temas perinatales. Creciendo juntos además colabora con iniciativas de la OMS, UNICEF y el Ministerio de Salud de la Nación para la promoción de la lactancia materna.

Sus destinatarios son los profesionales de la salud pública y privada en contacto con la mujer y el recién nacido: neonatólogos, obstetras, pediatras, médicos generalistas, enfermeras y nutricionistas, entre otros.

Sus beneficiarios son las familias, en especial mujeres en edad fértil y/o embarazadas, madres y recién nacidos en Comodoro Rivadavia y el GSJ, con impacto en toda la comunidad.

El programa propone un trabajo articulado entre los ámbitos público, privado y la sociedad civil, basado en la capacitación intensiva y sostenida del equipo de salud, con asesoramiento técnico y participación activa en la práctica asistencial.

La fase diagnóstica de campo y de relevamiento de datos tuvo lugar en 2004, seguida del desarrollo en tres etapas. La primera etapa (2005-2009) se orientó al tratamiento integral de la madre y el niño, mediante capacitación directa para los profesionales, y jornadas, cursos y material de difusión para las mujeres en edad fértil y embarazadas, así como sus familias. A pedido del Ministerio de Salud de Chubut, la segunda etapa (2010) extendió el programa a otras zonas, con procesos de evaluación y actividades de promoción de la lactancia materna. En la tercera etapa (2011-2013), se expandió geográficamente y sumó la adhesión de otros organismos.

El impacto del programa se evalúa por varios indicadores. Uno de ellos es la tasa de mortalidad infantil que en el 2003 era de 18.4‰, siendo en ese momento la mortalidad neonatal de 15.5 ‰ pasando en 2011 a 6.8‰ y la fetal de 8.5‰ pasó en 2011 a 5.7‰. En 2011 la mortalidad infantil en Chubut fue de 12.5‰ índice menor que el que mostró el país. La evaluación de los resultados y el análisis de los indicadores son alentadores y manifiestan una mejora integral en los índices medidos. El fortalecimiento de la articulación público-privada se refleja en la participación creciente de diversos actores.

PAE actúa convencida de que las alianzas y las sinergias institucionales facilitan el desarrollo de los programas en beneficio de todas las partes y de la comunidad. Firmante del Pacto Global de las Naciones Unidas, PAE profesa respeto hacia las personas, las instituciones, las leyes y el ambiente. Es reconocida por su trabajo en la generación de valor social mediante acciones sostenidas en el tiempo para ayudar a mejorar la calidad de vida, fortalecer la capacidad local y colaborar con el progreso de los vecinos.



Petrobras Argentina S.A.

Inversión social

Este Programa es una apuesta para estimular y fortalecer el protagonismo social, la participación y la sustentabilidad de las organizaciones en las comunidades donde Petrobras está presente. Posee dos líneas de acción: concurso de proyectos sociales e iniciativas de fortalecimiento institucional.

En la cuarta edición del Concurso de Proyectos Sociales incorporó la categoría “Emprendimientos productivos de base social” (EPBS), entendidos como iniciativas grupales que puedan generar recursos económicos y mejorar las condiciones de vida de personas en situación de vulnerabilidad social. Para Petrobras es estratégico acompañar a los EPBS porque:

- Proporcionan oportunidades para generar ingresos.
- No dependen de la filantropía; pueden sostenerse en el largo plazo.
- Sus modelos pueden expandirse y/o replicarse para generar mayor impacto.

Para acompañar este proceso, se estableció una alianza estratégica con NESsT, organización que a través de una metodología que combina herramientas y estrategias de liderazgo, emprendedorismo e inversión, ya ha puesto en marcha más de 100 empresas sociales en 10 países con economías emergentes.

Así, los EPBS seleccionados por el Concurso de Proyectos Sociales de Petrobras reciben, además del premio monetario, capacitación y apoyo en elaboración de planes de negocio, estudios de pre-factibilidad y factibilidad; proyecciones financieras; preparación organizacional para el autofinanciamiento, implementación o expansión de la actividad empresarial, sustentabilidad, etc., según corresponda.

Actualmente, Petrobras está acompañando a 10 EPBS desarrollados en Buenos Aires por “La Cooperativa La Toma del Sur” de Avellaneda, la “Fundación Argentina de Afasia” de CABA, la “Cooperativa de Vivienda” de Zárate, la “Asociación Alborada” y la “Fundación Cecilia Grierson” de Bahía Blanca; en La Pampa por “CEFLI - Fundación Integrar” de Santa Rosa; en Neuquén, por la “Comisión de Fomento” de Los Chihuidos y la “Asociación Civil Centro Joven” de Junín de los Andes; en Santa Fe, con la “Asociación Padres por la Igualdad Rosario”; y en Santa Cruz, por la “Escuela Especial de Capacitación Laboral N°2” de Río Gallegos.



Pluspetrol S.A.

A la escuela con salud

La política de responsabilidad social empresarial de Pluspetrol S.A. está concentrada en programas y actividades comunitarias que están orientadas a la salud, la educación, la infraestructura y servicios básicos, emprendimientos productivos y sociales, y el fortalecimiento institucional. El fin último es contribuir con la mejora de la calidad de vida de las comunidades de su área de influencia.

Pluspetrol opera en la Argentina hace más de 30 años, y sus principales operaciones están ubicadas en la provincia del Neuquén. Es en esta provincia donde desarrolla uno de sus principales programas de RSE: "A la escuela con Salud".

Este programa busca contribuir con el acceso a la atención en salud de las comunidades a través de proyectos e iniciativas de apoyo a los servicios públicos disponibles en áreas remotas o zonas con poca infraestructura o escasa presencia de profesionales de la salud.

En esta línea, el Plan de Salud de Pluspetrol en la Provincia del Neuquén cuenta con dos tráileres médicos totalmente equipados, que se trasladan continuamente durante el año sobre dos modalidades de trabajo.



Durante el periodo escolar trabajan en más de 10 escuelas de la provincia. Mientras que en el receso escolar, y dentro del marco de un convenio con el Hospital de la ciudad de Plottier, las unidades móviles se instalan en tres centros asistenciales, ubicados en las áreas más carenciadas de la zona.

Desde 2005, cuando se dio comienzo con el plan de salud, hasta finales de 2012, se realizaron más de 14.000 atenciones odontológicas, 10.600 atenciones pediátricas y 4.200 atenciones oftalmológicas. En total, el programa ya realizó cerca de 30.000 atenciones médicas en ese período. En este tiempo, se entregaron 2.500 pares de anteojos.

En lo que va de 2013, las atenciones ascienden a 2200 y la entrega de anteojos llegó a 136 pares. Este año, los responsables del plan informaron que estuvieron presentes en los Centros de Salud de los barrios de Los Hornos, Chacay y Los Álamos de Plottier, las escuelas 106 y 234 de Plottier y las escuelas 223 y 245 de Valentina Sur, la escuela 175 del Parque Industrial de Neuquén, la escuela 356 de Valentina Norte y la escuela Nuestra Señora De la Guardia.

Para Pluspetrol, la salud y la educación de las comunidades de influencia son muy relevantes. Los resultados alcanzados por el programa son muy positivos, aunque todavía resta mucho por hacer. Con estas iniciativas, Pluspetrol renueva su compromiso de largo plazo con la comunidad.



Estadísticas

Atenciones / Año	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Totales
Odontología		544	1.265	2.541	2.649	2.627	2.652	1.689	1.415	15.382
Pediatría	1.230	614	907	1.724	2.046	1.630	1.762	751	582	11.246
Oftalmología	434	228	426	607	723	879	653	287	184	4.421
Anteojos entregados	307	187	328	554	439	398	184	72	136	2.605

Actualizado a septiembre 2013

Sinopec Argentina

La comedia musical y el trabajo colaborativo

La empresa Sinopec Argentina tiene en marcha, desde el año 2008, una plataforma de trabajo bajo la marca “Nuestro Lugar”, que incluye proyectos varios de la comunidad, entre ellos uno de comedia musical y otros de protección ambiental.

El principio rector es poner en marcha proyectos relevantes, donde se asegure un real aporte a la comunidad local, dentro de los alcances del accionar de la empresa.

El objetivo general del programa “La Comedia musical” busca, fundamentalmente:

Enseñar a los jóvenes, de una forma vivencial y a la vez divertida, el valor del trabajo en equipo y colaborativo.

Se propone asimismo fortalecer la autoestima de los participantes, fomentar la responsabilidad y el compromiso con una causa colectiva.

También, la intención es brindarles un canal para que puedan reflexionar y comunicar los temas que les preocupan y que consideran deben tratarse y solucionarse.

Los beneficiarios directos son los mismos jóvenes participantes, que llevan adelante un proyecto que viven y sienten como propio.

Es decir, Sinopec Argentina intenta demostrar, tanto a jóvenes como a adultos, que es posible el logro de productos de alta calidad, y el trabajo con profesionalismo, aun cuando la actividad se lleve adelante con adolescentes *amateurs*.



Así, se trata de ofrecer a la comunidad un espectáculo ameno, de alta calidad, pero que a la vez genere debate y reflexión sobre temas de relevancia local.



Finalmente, se busca aumentar la apertura a la comunidad de los centros, así como la valorización de ellos como espacios de cultura, intercambio social y solidaridad.

“La Comedia” ya está instalada como evento anual en las localidades de Pico Truncado y Las Heras. Es muy esperada, tanto por los participantes como por la comunidad toda. La intención es seguir realizándola todos los años, poniendo especial énfasis en el proceso creativo y formativo que le da origen, y buscando al mismo tiempo poder brindar un espectáculo de calidad a la comunidad local.

“La Comedia” ya está instalada como evento anual en las localidades de Pico Truncado y Las Heras. Es muy esperada, tanto por los participantes como por la comunidad toda. La intención es seguir realizándola todos los años, poniendo especial énfasis en el proceso creativo y formativo que le da origen, y buscando al mismo tiempo poder brindar un espectáculo de calidad a la comunidad local.



Skanska

Principales programas de RSE y sus enfoques

Con base en el análisis de las diferentes problemáticas sociales de las comunidades en las que opera, Skanska, una empresa con más de 65 años de presencia en el país, y dedicada a la ingeniería, la construcción y servicios, prioriza acciones que conforman su Programa de Inversión Social, con foco en la educación de las nuevas generaciones.

Desde el año 2005 realiza actividades con la Fundación Cimientos, como aliado estratégico para el desarrollo de este programa, mediante la implementación de becas escolares para alumnos de las localidades de Cutral C6 (Neuqu6n), Cipolletti (Río Negro), Rinc6n de los Sauces (Neuqu6n), Comodoro Rivadavia (Chubut), R6o Gallegos (Santa Cruz), Bah6a Blanca y La Plata (Buenos Aires), con el fin de brindar mayores oportunidades de educaci6n a los j6venes, para que permanezcan en el 6mbito educativo.

Tambi6n, junto a la Fundaci6n Fonbec, implementa becas en la provincia de Mendoza, beneficiando de esta manera a alumnos de la escuela secundaria "Oscar Bracelis" y de la Escuela N6 1678 Aguas de las Avispas, localizada en el Departamento Luj6n de Cuyo.

A su vez, desde el a6o 2011, Skanska lleva adelante el Premio Skanska a la Educaci6n Medioambiental, que convoca a escuelas p6blicas de nivel inicial y primario de las 6reas de influencia de la compa6a, a presentar proyectos relacionados con el cuidado del medioambiente. Esta tercera convocatoria premi6 en 2013 a un total de 16 proyectos, con \$ 10.000 para cada escuela ganadora, para que pueda implementar la iniciativa en su comunidad.

A trav6s de estas relaciones con la comunidad, la compa6a contribuye a identificar y apoyar acciones generadas en las escuelas p6blicas comprometidas con la generaci6n de conciencia ambiental, a incentivar el aporte de conocimientos sobre el cuidado de los recursos naturales, a trabajar en la formaci6n de actitudes, la adquisici6n de aptitudes y en el fomento de la participaci6n ciudadana.

En el a6o 2012, el Premio Skanska a la Educaci6n Medioambiental fue declarado de inter6s educativo por el Gobierno de la Ciudad Aut6noma de Buenos Aires; de Inter6s Educativo y Cultural por el municipio de la localidad de Rinc6n de los Sauces; de Inter6s Educativo Ambiental por el municipio de Malarg6e, y de Inter6s Educativo por el Consejo Provincial de Educaci6n de Neuqu6n. Estos reconocimientos, de gran valor, refuerzan la pasi6n y el compromiso de la compa6a con el cuidado del medioambiente y con el fomento de la participaci6n ciudadana.

Para m6s informaci6n visitar www.compromisoskanska.com.ar



Tecpetrol S.A.

Participación y desarrollo sustentable

El Programa de Desarrollo Sustentable, implementado desde 2006 en distintas áreas de operaciones de Tecpetrol en la Argentina, busca llevar adelante proyectos propuestos e impulsados por la propia comunidad en función de sus necesidades y una visión de largo plazo.

En este sentido, se realiza una convocatoria abierta a participar de una capacitación en la que se explica cómo presentar las propuestas.

Luego, es un Consejo Asesor de Proyectos (CAP) el que evalúa y aprueba la viabilidad de las iniciativas presentadas. En una primera instancia, tres comisiones reciben los proyectos, los analizan y definen cuáles pasan a una segunda etapa. En Comodoro Rivadavia, por ejemplo, son la Comisión de Escuelas Primarias, Secundarias y Terciarias; la Comisión de Escuelas Especiales, Adultos y Nivel Inicial; y la Comisión de ONG y Salud. Todas conformadas actualmente por más de 250 instituciones locales.

Los representantes de cada comisión que conforma el CAP y de Tecpetrol son quienes, finalmente, aprueban las iniciativas y les dan seguimiento una vez realizadas. De esta forma, es la propia comunidad la que decide sobre los objetivos y prioridades de los proyectos que se van a ejecutar. En otras palabras, las mismas instituciones se convierten en cogestoras del programa de Desarrollo Social de Tecpetrol. Algunos números:

- 194** proyectos presentados/recibidos por las comisiones.
- 159** proyectos evaluados por el CAP.
- 99** proyectos aprobados.



Las propuestas se enmarcan en distintas áreas: educación; salud, deporte e integración; arte y cultura; y asistencia y promoción social.

Becas; instrumentos musicales, libros y bibliotecas para escuelas; elementos deportivos para instituciones que trabajan con personas especiales; capacitaciones a docentes y médicos; iniciativas para el fomento de emprendedores; insumos para realizar sillas de ruedas para que los mismos trabajadores las entreguen en hospitales de la zona; el proyecto "Puente Digital" busca fomentar el acceso a la tecnología, y que luego los chicos compartan los conocimientos y experiencia con sus padres y otras instituciones de la zona.

Estos son algunos ejemplos de un trabajo planificado y articulado entre la comunidad y Tecpetrol. En este vínculo, ambos apuestan al desarrollo sustentable en el largo plazo y, para eso, la empresa se ocupa de que todas las instituciones puedan presentar lo que consideran prioritario para su crecimiento y bienestar.



Transportadora de Gas del Norte S.A. (TGN)

Acceso al agua potable en Embarcación, pcia. de Salta

TGN y la Municipalidad de Embarcación, de la provincia de Salta, pusieron en práctica un programa de articulación público-privada, que redundó en mejoras en el hábitat de tres comunidades de pueblos originarios de Misión La Loma. Familias de las etnias toba, wichi y guaraní pudieron mudarse a una zona sin riesgos de derrumbe y con acceso al agua potable.

En febrero del año 2009, un aluvión de barro dejó anegados varios barrios de la ciudad de Tartagal. El asentamiento de Misión La Loma, de la ciudad de Embarcación, al estar en un área un poco más alta que el éjido urbano, se vio afectado doblemente: los cauces de agua cruzan con velocidad el terreno y dejan a su paso profundos cárcavamientos, que ponen en riesgo los asentamientos humanos que los circundan.

TGN, durante el 2009, llevó a cabo un programa de identificación de riesgos con las comunidades indígenas, y llegó a la conclusión de que alrededor de 25 familias corrían riesgo de derrumbe por las erosiones del terreno. La Municipalidad de Embarcación inició desde entonces la diagramación de un nuevo barrio, trazó calles y montó nuevas unidades habitacionales.

TGN financió la construcción del sistema de distribución de agua potable. El proceso de diálogo activo entre empresa y municipio posibilitó que más de 100 familias lograran trasladarse a un sitio seguro dentro del mismo predio de Misión La Loma, y que contaran con nuevas unidades habitacionales con servicio de agua potable.

El sistema de distribución de agua cuenta con 1.800 metros de cañerías, dos cisternas y un equipo de bombeo. Este diseño garantiza el normal abastecimiento de agua, aprovechando las pronunciadas pendientes del terreno. La construcción fue dirigida por la Municipalidad de Embarcación con mano de obra local.

Al hacer un balance sobre los resultados del proyecto, se llegó a la conclusión de que todas las partes ganaron algo. Las comunidades adquirieron el acceso al agua potable a través de una red de distribución, provisión de energía eléctrica y mejores condiciones de vida tras alejarse de la zona de derrumbes. En tanto, el Gobierno local obtuvo mayor legitimidad social y una fuente de financiamiento para la concreción de un proyecto relegado por años.

Por su parte, TGN mejoró su conocimiento acerca de los actores sociales y su comportamiento, desarrolló una red de vínculos en su esfera de influencia local, disminuyó los riesgos de conflicto y fortaleció las condiciones de permiso de paso social.



Transportadora de Gas del Sur S.A. (TGS)

Aniversario del voluntariado de TGS

Este programa nació en el año 2002, con el propósito de mejorar la infraestructura y el equipamiento de los comedores populares en las zonas de influencia de la compañía TGS. Durante el transcurso de dos años, y con la ayuda de los voluntarios, la atención estuvo focalizada en acciones puntuales y muy específicas, cuidando que los aportes brindados a las distintas or-



ganizaciones perdurasen en el largo plazo, sin generar dependencia con la compañía.

En el 2005, por su parte, los esfuerzos se reenfocaron; se llevó a cabo un concurso interno que apuntó

Evolución de la selección de proyectos sociales de TGS

Año	Voluntarios participantes	Proyectos presentados	Proyectos seleccionados
2005	33	13	7
2006-2007	67	19	14
2008-2009	60	15	12
2010-2011	71	19	17
2012-2013	82	21	17

a seleccionar los mejores proyectos sociales en cinco zonas donde está inserta la empresa. Para ello, los voluntarios seleccionaron a los beneficiarios y, a su vez, elaboraron, con el apoyo de la Fundación Compromiso, los planes de acción.

La gran dispersión geográfica de la compañía hace posible, a través de esta modalidad, no solo estar presente en una vasta zona de la Patagonia, sino también alcanzar una amplia cobertura de apoyo a diferentes temáticas, especialmente en las áreas de la educación, la salud, el medio ambiente, la capacitación laboral, el deporte y la discapacidad.

A través del Programa de voluntariado corporativo, se puso como objetivo lograr movilizar en los voluntarios valores tales como la solidaridad, el compromiso, la responsabilidad, la generosidad, la capacidad para el diálogo, la creatividad y el trabajo en equipo. Todos estos valores respetan y fomentan los principios organizativos que rigen los procesos y la filosofía de la empresa TGS, que son la concentración en un constante mejoramiento, la ética e integridad en cada aspecto del negocio y una comunicación sincera, clara y objetiva.



Total Austral S.A.

Producción porcina en Añelo, Neuquén

En agosto del año 2010, y como resultado de un diagnóstico y relevamiento de la producción porcina y sus características sanitarias en la localidad de Añelo, provincia de Neuquén, la empresa Total Austral S.A., junto con sus socios en las UTES de Aguada Pichana y San Roque⁽¹⁾, iniciaron este Programa Trienal de Producción Porcina, en el marco de sus acciones de relaciones con la comunidad.

Este programa fue diseñado y puesto en marcha con el fin de acompañar a un grupo de productores de pollos y cerdos de dicha localidad, y para mejorar las condiciones sanitarias de los animales, y optimizar la productividad de la organización, representando todo ello una mejora sustancial en la calidad de vida de los productores.

Desde sus inicios, el programa fue concebido con un fuerte componente asociativo, entendiéndose que la cooperación entre pequeños productores es esencial para lograr una escala de producción que permita su sustentabilidad en el tiempo.

Entre sus ejes de acción y principales logros, están los siguientes:

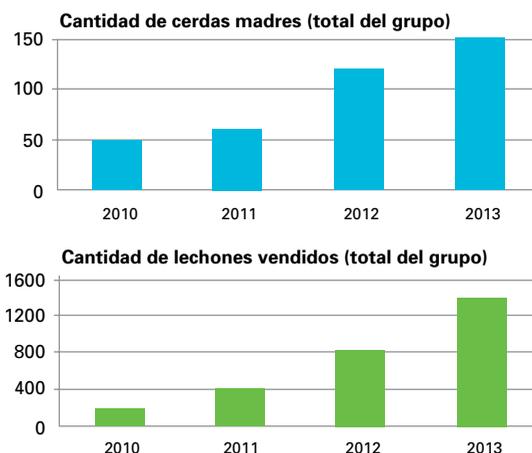
Infraestructura: Al efectuarse el diagnóstico inicial, se detectaron instalaciones productivas deficientes y precarias, con un efecto negativo en las tasas de enfermedad y mortandad de los animales.

Durante la duración del programa se trabajó en la mejora de estas instalaciones, y en el año 2013 se completó la meta establecida, con la construcción de 4 parideras, 1 padrillera, espacio de sombreado, cerco electrificado, comederos y bebederos. Dicho aporte generó un aumento en la productividad.

Asistencia técnica: La intención es garantizar asistencia técnico-sanitaria continua y especializada, con el fin de aumentar la producción, mejorar la calidad y evitar enfermedades.



Situación previa



Producción: Las deficiencias en los dos puntos anteriores generaban un gran déficit en la producción.

A través de la asistencia continua de los técnicos, se logró el aumento de los planteles productivos, incidiendo directamente en una mayor producción de lechones.

Comercialización: La situación inicial del año 2010 se caracterizó por altos niveles de informalidad en la comercialización y la falta de certificación sanitaria, todo lo que disminuía las posibilidades de venta.

Con el trabajo conjunto entre técnicos y productores, comenzó a evidenciarse un aumento en la comercialización de lechones y una incipiente diversificación productiva (chacinados y mejoramiento genético).

Asociativismo: Los primeros años, la escasa cultura de colaboración y trabajo asociativo era por demás evidente.

Mediante actividades realizadas en equipo, se pudo fortalecer el grupo, que bajo el nombre “Los pioneros de Añelo”, se encuentra próximo a la creación de una cooperativa.

Actualmente, todo el esfuerzo y el trabajo están focalizados en lograr que los productores consoliden el nivel productivo medio, consistente en un plantel de 8 cerdas madres altamente productivas, instalaciones apropiadas y un grupo de trabajo cohesionado, organizado y formalizado jurídicamente, características que garantizan la autogestión y sustentabilidad del proyecto encarado por Total Austral S.A.



Situación actual

(1) Integradas por YPF S.A., Wintershall Argentina S.A. y Pan American Energy LLC.

YPF S.A.

SUSTENTA para el Desarrollo Regional

YPF S.A. generó un Programa de Desarrollo Regional para mejorar la productividad, competitividad y calidad de sus proveedores y de la industria. Se basa en un proceso de mejora continua y está compuesto por módulos que permitirán impulsar el desarrollo de la industria nacional, la innovación tecnológica y la diversificación productiva, así como también optimizar la calidad de los servicios y productos actuales, y generar oportunidades de asociación y creación de nuevas empresas.

El programa es de alcance nacional y se implementa de manera regional en las cuencas del Golfo de San Jorge, Neuquína y Cuyana, y en las zonas de influencia de los complejos industriales de La Plata, Plaza Huincul y Luján de Cuyo.

La iniciativa se puso en marcha con presentaciones y reuniones para informar y analizar las expectativas de los principales actores respecto de los alcances de SUSTENTA. En paralelo, se realizaron diagnósticos de la oferta y demanda para determinar la situación de los proveedores y la industria frente a las necesidades de YPF en cada región, de acuerdo a su plan estratégico.

Del análisis surgirán las oportunidades de desarrollo que darán lugar a los distintos módulos:

- Diversificación productiva
- Innovación tecnológica
- Capacitación enfocada y obligatoria



- Oportunidades (nuevas empresas)
- Eficiencia productiva (asociación entre empresas)
- Desarrollo de la industria nacional
- Optimización de la calidad de productos y servicios
- Mecanismos de financiamiento

Durante el primer año de ejecución del programa, se relevaron en detalle 234 empresas proveedoras, se iniciaron 50 proyectos de mejora y se capacitó a más de 100 empresas. Los beneficios de estas acciones llegaron a 11.000 empleados, vinculados con YPF.

Esta actividad requiere del compromiso compartido del gobierno nacional y de los provinciales y municipales; cámaras de empresas; instituciones financieras; entidades tecnológicas; instituciones educativas; sindicatos y trabajadores; y las compañías proveedoras regionales.

Con la puesta en marcha de este programa, YPF ratifica su compromiso con el crecimiento y desarrollo de las regiones donde opera y su vocación de liderar el cambio del paradigma energético del país.



Mariana Rodríguez Álvarez. Vice Presidenta de Rodial, Neuquén.

“Con el apoyo de Sustenta pudimos sustituir hasta un 96% de componentes importados por nacionales para la fabricación de equipos de hot oil, reactivando así la economía local.”



Manuel Cerezo, Aldo Iogna y Néstor Sheifer. Responsables del Consorcio de Empresas, Chubut.

“Con Sustenta pudimos recibir validación técnica y subsidios para construir el primer equipo de pulling fabricado en la región.”



Julio Méndez. Director de Venver, Chubut y Santa Cruz.

“Sustenta gestionó el financiamiento con el que pudimos adquirir un nuevo equipo de perforación automático que se utilizará en toda la región.”

Instituto Argentino del Petróleo y del Gas (IAPG)

Una década –casi dos– de trabajo productivo

El Taller Laboral Esperanza, de la ciudad de Cutral C6, lleva m6s de diez a6os de trabajo productivo. Con el tiempo se transform6 en Acci6n Solidaria “a dos puntas”, a trav6s de la cual el Instituto Argentino del Petróleo y del Gas, Seccional Comahue, realiza la compra y entrega de zapatillas que distribuye a distintos establecimientos y organizaciones no gubernamentales.

Como cada a6o en el mes de agosto, y en conmemoraci6n de los festejos por el D6a del Ni6o, la Seccional entrega de zapatillas a chicos de sectores desprotegidos de distintos parajes en los que se lleva adelante el desarrollo hidrocarbur6fero.

El pr6ximo 13 de diciembre, puntualmente, el Taller Laboral Esperanza cumplir6 20 a6os de existencia. Surgi6 como un espacio que otorgaba a los chicos con capacidades diferentes –graduados en escuelas especiales– la posibilidad de insertarse en el plano laboral, mediante la fabricaci6n y confecci6n de zapatillas, guantes y bolsas fabricadas con nylon.

Actualmente, la instituci6n atiende a un grupo de 53 chicos. Su actual directora, Evangelina Neri, junto con un grupo de nueve docentes, son los responsables encargados de llevar a cabo las tareas en las distintas 6reas del establecimiento, que funciona en la calle Benazar 740 de la ciudad de Cutral C6 y depende de la Municipalidad de esa ciudad.



En este sentido, y en el marco de su pol6tica comunitaria de Responsabilidad Social Empresaria, el IAPG –a trav6s de su Seccional Comahue– ya lleva entregado, en estos 6ltimos 10 a6os, m6s de 5.000 pares de zapatillas.

Esta iniciativa, que surge por pedido de miembros de la Comisi6n Directiva, est6 a cargo de la subcomisi6n de Eventos & RSE, conformada por distintos representantes de las empresas asociadas y socios personales. Ellos son los encargados de hacer llegar a destino las zapatillas producidas en el taller en ocasi6n de los festejos del D6a del Ni6o.

En lo que va del a6o 2013, fueron entregados unos 400 pares de zapatillas a las siguientes instituciones: Escuela Rural de Plaza Huincul, Escuela N6 312 y Manos Unidas del Barrio Industrial de Neuqu6n capital, Escuelas N6 245 y Jard6n N6 27 –ambas del Barrio Valentina Sur–, Hogar de Ni6os de la Misericordia de Neuqu6n, la Escuela Rural de Arroyito y la Escuela N6 173 de Huantraico (Norte de la Provincia del Neuqu6n).

El IAPG agradece a las empresas socias de la Seccional Comahue, ya que sin su colaboraci6n no ser6a posible concretar esta tarea, que dignifica tanto a los beneficiarios como a los benefactores que, con su tiempo y esfuerzo, logran que cada a6o se cumplan los objetivos fijados.



Empresas que respondieron a la encuesta:

A. Marshall Moffat S.A.; Axion Energy Argentina S.A.; Bolland y Cía. S.A.;

Carbochlor S.A.; Chevron Argentina S.A.; CGC; Contreras; Duralitte S.A.;

Enap Sipetrol Argentina S.A.; ExxonMobil Exploration Argentina S.R.L.;

Gas Natural Fenosa; Gasnor S.A.; Inelectra Argentina S.A.;

John Crane Argentina S.A.; Medanito S.A.; Metrogas S.A.;

Milicic Construcciones y Servicios S.A.; Odebrecht Argentina;

Pan American Energy; Petrobras Argentina S.A.; Pluspetrol S.A.;

Quintana WellPro; Refinería del Norte (Refinor); Skanska S.A.; Tecna S.A.;

Tecpetrol S.A.; Total Austral S.A.; Transportadora de Gas del Norte S.A.

(TGN); Transportadora de Gas del Sur S.A. (TGS);

Válvulas Worcester de Argentina S.A.; Vetek SA;

Wintershall Energía S.A.; YPF S.A.



Balian, Beatriz

La responsabilidad social de las empresas de la industria del petróleo y del gas : informe 2013 / Beatriz Balian y Betsabé Policastro. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Instituto Argentino del Petróleo y del Gas, 2013.

72 p. ; 20x18 cm.

ISBN 978-987-9139-66-0

I. Responsabilidad Social Empresaria. I. Policastro, Betsabé II. Título CDD 650

Realizado por la Comisión de Relaciones Institucionales del IAPG

Equipo de investigación:

Investigadora principal:

Dra. Beatriz Balian de Tagtachian
(Universidad Católica Argentina)

Investigadora asociada:

Lic. Betsabé Policastro
(Universidad Nacional de La Pampa)

Editor responsable:

Martín L. Kaindl

Coordinación:

Mirta Gómez

Diseño y realización:

Cruz Arcieri & Asoc.

Foto de tapa y retiración de contratapa:

Gentileza Adriano Calise

Fecha de catalogación: 29/11/2013

Esta edición de 1.000 ejemplares, se terminó de imprimir en Talleres Trama S.A. en abril, 2014.

Impreso en Argentina.





Maipú 639 (C1006ACG) Buenos Aires, Argentina
Tel.: 5277-4274 / Fax: 4393-5494
informa@iapg.org.ar / www.iapg.org.ar

