

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

TESINA DE GRADO2014

TEMA ELEGIDO: Responsabilidad Social Empresarial

“EL PROCESO DE COMUNICACIÓN COMO ESTRATEGIA CORPORATIVA”

ALUMNO: DIEGO MARTIN CHAZARRETA

MAIL: d_m_chazarreta@hotmail.com

LEGAJO: 46.106

CARRERA DE GRADO: LICENCIATURA EN INGENIERIA COMERCIAL

PROFESOR TUTOR: LIC. VANESA MARGARONE

SEDE: UAI CENTRO

Buenos Aires, 1 de Diciembre2014

INTRODUCCION

El motivo de trabajar sobre esta idea es partir de un particular interés en la Responsabilidad Social Empresarial de las empresas y en cómo va tomando importancia día a día en nuestra sociedad y en nuestro futuro.

Dicho tema viene acompañado con la comunicación de la misma, ya que es un rol clave en el éxito o fracaso de una estrategia de RSE. Este proceso de comunicación, es de vital importancia a la hora de significar la RSE de la empresa para la organización, para los medios, para la sociedad, para los trabajadores, para los clientes, etc.

Tomando en cuenta el caso de estudio, se analiza cómo se va construyendo el proceso de comunicación en el desarrollo de la RSE como estrategia corporativa.

De esta manera, se toman perspectivas diferentes sobre de la organización y su RSE, cómo se fue desarrollando su estrategia, la influencia del contexto social, cultural y económico, cómo funciona la estrategia a nivel interno y externo y cómo se comunican los temas de RSE.

Por lo cual, se realiza el siguiente trabajo basado en la parte discursiva y comunicacional de una estrategia de RSE en particular.

AGRADECIMIENTOS

A mi esposa Romina que siempre me ha apoyado desde el comienzo a realizar este esfuerzo y poder cumplir con el objetivo en este momento de mi vida.

A todos los profesores que han pasado por la carrera y a todos mis compañeros de banco....

Muchas gracias!

ÍNDICE

CAPÍTULO 1: Introducción y objetivos	
1.1 Introducción.....	5
1.2 Objetivos.....	6
CAPÍTULO 2: RSE y su historia	
2.1 Etapas de la RSE.....	7
2.2 Surgimiento de la RSE en el siglo XXI.....	7
2.3 RSE en Argentina.....	8
CAPÍTULO 3: Acerca de Globant	
3.1 Globant y sus inicios.....	10
3.2 GlobantTimeline.....	11
3.3 Cultura Organizacional.....	12
3.4 Responsabilidad Social Corporativa.....	13
CAPÍTULO 4: Surgimiento de la RSE en Argentina	
4.1 Introducción.....	22
4.2 Contexto económico de la industria del software.....	22
4.3 Instalación y expansión de la RSE en Argentina.....	23
4.4Legislación en Argentina.....	25
4.5Iniciativas del Sector Público.....	25
CAPÍTULO 5: Origen y desarrollo de la RSE de Globant	
5.1 Introducción.....	27
5.2 Ingreso del concepto RSE en Globant.....	27
5.3Estructura del área de RSE.....	28
5.4Steakholders.....	31
CAPÍTULO 6: Proceso de comunicación de la RSE de Globant	
6.1 Introducción.....	32
6.2 Comunicación Interna y externa.....	32
6.3 Evaluación de estrategias.....	32
6.4La comunicación a través de la WEB.....	33
CAPÍTULO 7: La RSE como estrategia corporativa	
7.1 Surgimiento.....	35
7.2 Proceso de Comunicación	36
Conclusión.....	38
Bibliografía.....	40

CAPÍTULO 1

Introducción y objetivos

1.1 Introducción

El presente trabajo tiene como principal objetivo, analizar de qué manera es ubicada una política de Responsabilidad Social Empresaria (**RSE**) como estrategia corporativa fundamental en el desarrollo de una empresa.

Para esto, el hincapié se hará en el rol que la comunicación cumple en la construcción y desarrollo de dicha estrategia.

Para llegar al objetivo de este trabajo se ha optado por tomar como caso de estudio a la empresa **Globant Argentina**, la cual se dedica al desarrollo de software.

La misma cuenta con varias prácticas de RSE para ser analizadas, tanto a nivel interno como externo.

Se utilizará una metodología cualitativa ya que al ser un caso particular, necesariamente se busca el análisis de lo individual y lo concreto, siendo en este caso una metodología adecuada para llevar adelante una investigación del tipo descriptiva, que hace hincapié en el lenguaje y en los aspectos micro de la vida social.

Los motivos por los cuales han llevado a realizar dicha investigación están relacionados a la oportunidad de trabajar sobre la empresa y un interés personal por la RSE.

1.2 Objetivos

Objetivo general:

- Analizar la participación del proceso de comunicación en la construcción y desarrollo de la RSE como estrategia corporativa de la empresa.

Objetivos específicos:

- Describir las causas particulares que condujeron a Globant a construir la RSE como una estrategia corporativa fundamental para su desarrollo.
- Comprender de qué manera la RSE funciona como una estrategia corporativa tanto interna como externa a la organización.
- Indagar cómo la empresa construye el proceso de comunicación entorno al desarrollo de la RSE como estrategia corporativa.

CAPÍTULO 2

RSE y su historia

2.1 Etapas de la RSE

Entre los años 1950 y 1960, el término RSE hacía referencia a una obligación ética o moral, asumida en forma voluntaria por la empresa como institución hacia la sociedad en su conjunto, en reconocimiento y satisfacción de sus demandas o en reparación de los daños que puedan haberle sido causados a ésta en sus personas o en su patrimonio común por la actividad de la empresa.

Entre 1970 y 1980 se especifican cuáles son las responsabilidades de las empresas.

Al mismo tiempo, se traslada el discurso filosófico a la gestión empresarial: se empieza a hablar de responsabilidad social de la empresa en referencia a la actitud preventiva y proactiva ante las demandas sociales que debe mantener la empresa, y de resultados sociales.

En una tercera etapa (1980) se integra el discurso sobre RSE en la dirección estratégica, a través de la teoría de los stakeholders o grupos de interés. La empresa debe atender no solo a los accionistas sino a todos los grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad tendiente al logro de los objetivos de la compañía.

Actualmente, la responsabilidad social empresarial ya no se concibe como disciplina autónoma, sino que se ha integrado en los discursos sobre ética empresarial.

2.2 Surgimiento de la RSE del siglo 21

Este nuevo paradigma hace que la RSE se convierta en un tema obligado de la sociedad actual, que no hubiese sido posible si determinados factores que forjaran un contexto propicio. En su actual concepción, la RSE es el resultado de diversos acontecimientos, entre otros:

- El surgimiento de un nuevo modelo económico marcado por la "globalización" el cual hace que las empresas y especialmente las grandes corporaciones aumenten su influencia y sus efectos tridimensionales en lo económico, social y ambiental.
- En dicho contexto, la crisis de confianza creada por la falta de transparencia de determinadas corporaciones multinacionales ha favorecido el hecho de que desde la sociedad civil se exija cada vez más a las empresas la elaboración de Códigos de Ética o de Conducta en el funcionamiento y desarrollo de sus actividades.

- Junto con los acontecimientos citados, el consumidor/cliente actual posee un mayor conocimiento sobre el mercado y las empresas que a él concurren, de sus actividades y del aporte que éstas realizan a favor de un entorno medioambiental sostenible, debido entre otros, a la libre competencia, la multitud de ofertas y servicios por parte de las empresas, del mayor acceso a la información, etc.).

A nivel internacional, la RSE se presenta como un término que hace referencia al conjunto de obligaciones y compromisos legales y éticos, tanto nacionales como internacionales que se derivan de los impactos que la actividad de las organizaciones pueden producir en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos y que las empresas deben valorar y tener en cuenta en sus estrategias de negocio para la mejora del "Bienestar Social" y la "Calidad de Vida" de los ciudadanos.

2.3 RSE en Argentina

En los años 80, las Organizaciones Civiles comenzaron a preocuparse y a su vez ocuparse de las necesidades sociales y el término utilizado era *solidaridad*.

En los últimos años, la expresión "Responsabilidad Social Empresaria" es la que progresivamente conquista espacios en los medios, en algunas ONG's y en el ámbito empresarial en general.

La evolución originaria de la caridad hacia la RSE es importante, no porque una sea mejor que la otra sino porque ambas se complementan y son necesarias para el buen funcionamiento de la sociedad. La diferencia radica en que la beneficencia es sólo un elemento concreto que pertenece a la práctica de RSE de una empresa.

La implementación de la RSE en Argentina registra hasta el momento dos etapas bien identificables:

- La etapa de instalación, que abarca la década del 90, corresponde a una redefinición del protagonismo de los sectores público, privado y el tercer sector, en cuyo escenario la RSE aparece como una línea de acción que canaliza la tradición filantrópica arraigada en el empresariado local.

- La etapa de expansión se caracteriza por el avance de la legislación vinculada a la temática, la diversidad de modalidades de implementación de la RSE y el énfasis colocado en la atención de emergencias sociales.

Algo muy importante a tener en cuenta es que las etapas se abren y se cierran con crisis: la primera, en el 2001, es de carácter político, social y local y la segunda, en el 2008, es de tipo financiero internacional.

La teoría institucional ha sido un marco de referencia para explicar la rápida expansión de la RSE en Argentina durante el transcurso de la década anterior. Las empresas han logrado integrar en torno a la RSE los elementos dispersos del panorama social, tales como la tradición filantrópica, las necesidades sociales insatisfechas y las consecuencias de la crisis del 2001.

De esta manera, los programas de RSE fueron redireccionando su foco de atención, de la emergencia social en el 2001 hacia la inequidad social en el 2008. Los centros de interés han sido, principalmente, la educación, la capacitación laboral y el cuidado de la niñez. En este sentido, los premios sobre RSE a las empresas por parte de asociaciones sin fines de lucro pueden ser entendidos, por su carácter simbólico, como un indicador de lo que la sociedad considera valioso en materia de RSE.

En una nota publicada por "RSE Online" en octubre del 2008, Federico Seinfeldín, fundador de **MoveRSE**¹ e importante empresario de la ciudad de Rosario, opinaba acerca de la reciente crisis: "... la principal clave en momentos de crisis radica en reforzar y construir Capital Social.

Una empresa es sólo un hilo del tejido social, a mayor cantidad de hilos confiables (organizaciones responsables y ciudadanos conscientes), más resistente, abrigado y contenedor será el tejido. La transparencia, la responsabilidad, la ética y los valores son los únicos basamentos que no se deben perder o negociar ante una situación de crisis: sin ellos no hay construcción de tejido sano y estable."

¹MOVERSE es una ONG de Rosario que intenta difundir la RSE en la sociedad, prestando servicios a las empresas locales que desean implementar estrategias de sustentabilidad.

CAPÍTULO 3

Acerca de Globant

3.1 Globant y sus inicios.

Globant fue fundada en 2003 por Martín Migoya (CEO), Guibert Englebienne (CTO), Martín Umarán (Jefe de Gabinete), y Néstor Nocetti (vicepresidente ejecutivo de Asuntos Corporativos).



La visión de los fundadores era crear una compañía con sede en América Latina que se convirtiera en líder en el suministro de soluciones de software innovadoras para clientes globales.

La idea surgió cuando estos cuatro ingenieros notaron el sorprendente crecimiento de la industria de outsourcing de TI en la India. Usando esto como una inspiración, todos ellos dejaron sus puestos de trabajo en empresas multinacionales con el fin de iniciar su propio proyecto.

Globant suma en la actualidad más de 3300 empleados distribuidos en 25 oficinas entre Buenos Aires, La Plata, Tandil, Rosario, Córdoba, Resistencia, Bahía Blanca, Tucumán, Montevideo, Bogotá, Medellín, México DF, Sao Paulo, San Francisco, Boston, Austin y Londres.

Desde que fue fundada vivió un crecimiento incesante, tanto en ingresos como en profesionales. Ha crecido de los U\$S 22 millones, facturados en el 2007, a U\$S 38 millones en el 2008, U\$S 42 millones en el 2009, U\$S 60 millones en el 2010, U\$S 90 millones en el 2011 y se estima que llegará a los US\$ 130 millones de facturación en 2014.

Entre sus principales clientes se cuentan firmas como Google, Electronic Arts, Yahoo, Nike, las redes sociales Orkut y LinkedIn, Gap, J. Walter Thompson, Coca Cola, EMC2, Sabre, Lastminute y Sun Microsystems, BBVA, National Geographic, entre otras.

3.2 Globant Timeline

- **2003:** Globant comienza sus operaciones.
- **2005:** Globant inauguró su segundo centro de desarrollo en Buenos Aires. La compañía también fue nombrada Endeavor Entrepreneur 2005. Aquel año fue reconocida como el Mejor Exportador de Servicios de Exportación.
- **2007:** Globant certificada CMMI nivel 3. La compañía fue reconocida como Mejor Proveedor de Servicios Globales emergentes, por la revista Global Services. La empresa continuó abriendo oficinas en la ciudad de La Plata, Argentina, y también amplió sus operaciones en los EE.UU, concretamente en la localidad californiana de Palo Alto. Además fundó Fonlix con BGH, una empresa que proporciona soluciones de telefonía IP para las pequeñas y medianas empresas de América Latina.
- **2008:** La empresa de investigación IDC señaló a Globant como una de las compañías de mayor crecimiento en América Latina en su estudio "América Latina Predicciones 2008". Globant adquiere Accendra, una empresa argentina de software, sumando a 100 empleados en las operaciones de Chile y Colombia. En diciembre, Globant cierra su tercer ronda de financiación de USD 13MM con Riverwood Capital y FTV Capital. También adquirió Openware, una empresa Argentina especializada en Seguridad y Gestión de Infraestructuras. El equipo de Globant alcanzó los 1.000 profesionales.
- **2009:** Globant recibe dos grupos del Laboratorio Global de Entrepreneurship del MIT, para estudiar la estrategia de adquisiciones y el proyecto de la universidad de Globant.
- **2010:** Globant fue reconocido con el premio Always ON 250 por crear tecnología innovadora para el Silicon Valley, en la categoría Cloud & Infrastructure. También fue nombrada Cool Vendor por Gartner, en su reporte de "Cool Vendors in Business

ProcessServices 2010". Durante este año, Globant comenzó a organizarse en 7 estudios, cada uno especializado en verticales, prácticas o industrias diferentes. Ellos son: Luminous Gaming Studio, High Performance Computing Studio, Consumer Experience Studio, Business Productivity Studio, Creative & Social Studio, Sustainable Infostructure Studio y Quality Engineering Studio.

- **2011** Adquirió Nextive en San Francisco para ampliar conocimientos en tecnologías móviles. También ha cerrado una inversión con Riverwood Capital y Capital FTV
- **2012** Ha recibido una inversión de Endeavor². Por otra parte, Reid Hoffman, cofundador de LinkedIn se unió a la junta de asesores.
- **2014** Realiza su oferta pública inicial en la bolsa NYSE.

3.3 Cultura organizacional

Una de las razones más importantes que influyó a Globant para su crecimiento fue su cultura. Es primordial y busca cultivar un ambiente de trabajo empresarial, flexible y orientado al equipo. A todo su grupo de empleados los denominan "Globers", y son su activo máspreciado y valioso.

Además de trabajar en proyectos para clientes distinguidos en todo el mundo, sus Globers también tienen la oportunidad de mejorar sus propias habilidades personales y desarrollar una carrera satisfactoria.

Su cultura está basada principalmente en sus tres pilares de motivación:

Autonomía, maestría y propósito.

A través de la *autonomía*, faculta a sus "Globers" al desarrollo profesional.

La *maestría* es la mejora constante, apuntando a la excelencia y superando las expectativas.

Por último, el propósito es creer que sólo por compartir un objetivo común será construir una empresa a largo plazo que rompe el statu quo y es reconocida como un líder en la entrega de soluciones innovadoras de software al mismo tiempo creando valor para nuestros accionistas.

² Endeavor impulsa la transformación de emprendedores talentosos, éticos, innovadores y con potencial de crecimiento; y desarrolla y articula el ecosistema de apoyo emprendedor para agilizar la dinámica de la creación de nuevas empresas.

3.4 Responsabilidad Social Corporativa

Globant considera a la Responsabilidad Social Corporativa como una forma sostenible de la gestión de la empresa, teniendo en cuenta factores económicos, sociales y ambientales en su creación de valor.

El departamento de RSC se crea en el año 2010 y maneja, mide y comunica las actividades y programas que se distribuyen en cuatro pilares, incluido en el compromiso de toda la empresa. Estos pilares son:

Live Ethically (Vivir éticamente)

Agrupar las acciones, proyectos y programas relacionados con los valores de Globant, su transparencia y su gobierno corporativo.



GLOBANT'S

SUSTAINABILITY REPORT 2013

Con este informe, elaborado siguiendo las directrices de la Global Reporting Initiative (GRI)³, buscamos simplificar la lectura poniendo de relieve todas las cuestiones de nuestro marco de sostenibilidad y detallando el enfoque propuesto, utiliza el modelo de gestión, el desempeño alcanzado durante el año y los indicadores relacionados.

Creemos que esta nueva estructura proporciona una mayor transparencia y facilita la lectura selectiva a cada una de las audiencias para el cual fue diseñado.

En términos de contenido, se incluyen un mayor número de indicadores, y el enfoque se coloca sobre las cuestiones que generan el mayor impacto y donde Globant tiene mayor influencia.

³es un estándar internacional de reporte para el uso voluntario por parte de organizaciones con el fin de reportar sobre las dimensiones económicas, medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios

Think Green (Piensa en Verde)

Las iniciativas conjuntas relacionadas con el cuidado del medio ambiente, con los ojos fijos en las generaciones futuras.



El departamento de servicios lanzó un concurso interno para promover el ahorro de energía. Cada sucursal es invitada a participar y la que ahorra más energía por trimestre, recibirá un premio como por ejemplo: Una mesa de billar, hamacas, juegos de mesa, galletas y chocolate para tres meses, bicicletas fijas, etc.



Globant Inclusive

Programas y proyectos que promuevan la incorporación a la plantilla de Globant de personas en situación de vulnerabilidad, con el objeto de hacer de Globant un negocio más inclusivo. El ejemplo más claro es el de **TesteAR**.

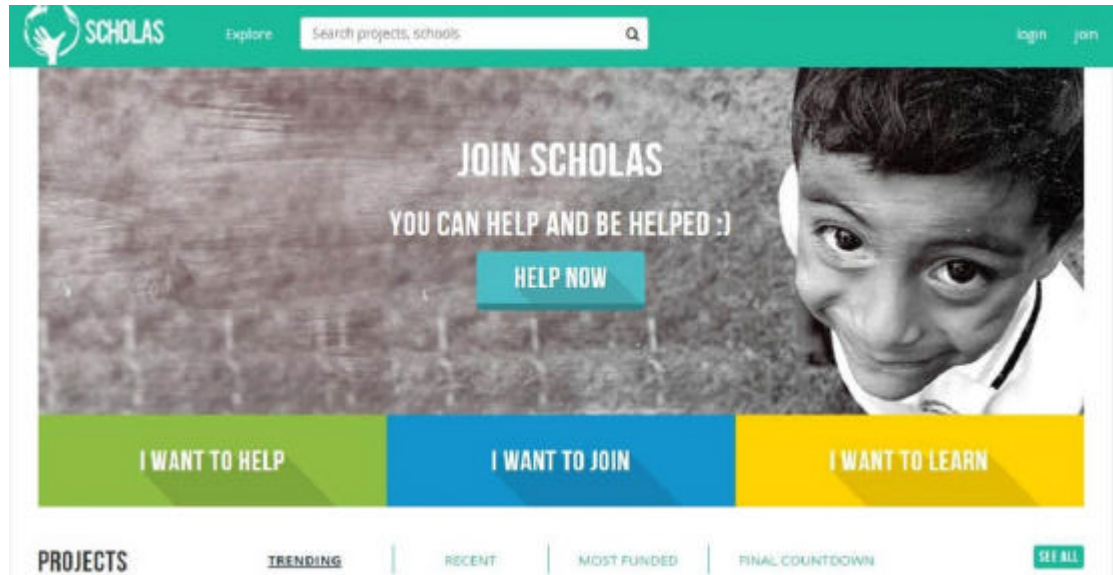


TesteAR es un programa de entrenamiento para empleo IT, que se centra en los jóvenes grupos vulnerables para que, al final del curso, pueden entrar al mercado laboral en la industria del software.



Aliste para ayudar

Programas de voluntariado corporativo y proyectos de colaboración que estimulan la interacción con la comunidad.



La iniciativa, promovida por el Papa Francisco y diseñado por Globant gratuitamente, busca vincular las escuelas de todo el mundo creando una plataforma social para conectar las escuelas en todo el mundo.

Donaciones:

Día de la Madre



Día del Niño



Desde su fundación Globant tenía en mente muchos de los conceptos de RSE y llevaba a cabo varias prácticas pertinentes. Actualmente, dichas actividades son parte de una única política global de Responsabilidad Social Corporativa.

Para llevar adelante su estrategia de RSE óptimamente han establecido un pacto con el gobierno de la ciudad de Buenos Aires, han firmado alianzas no oficiales con otros organismos gubernamentales y han firmado el Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Además cuentan con el apoyo de distintos socios estratégicos con los cuales trabajan en conjunto para llevar a cabo varias prácticas de RSE: Esfuerzo, MoveRSE, Endeavor, Fundación Garrahan, Fundación Equidad, Fundación Desarrollar, Fundación Jóvenes Líderes, La Plata velley, Hecho en Buenos Aires.

Medio Ambiente

Existen dos grandes campañas realizadas con el fin de proteger el medio ambiente: "Piensa en verde" y "Globant Unplugged". Lo interesante de estas campañas es que en su mayoría, fueron iniciativas de los propios "Globers".

"Piensa en verde"

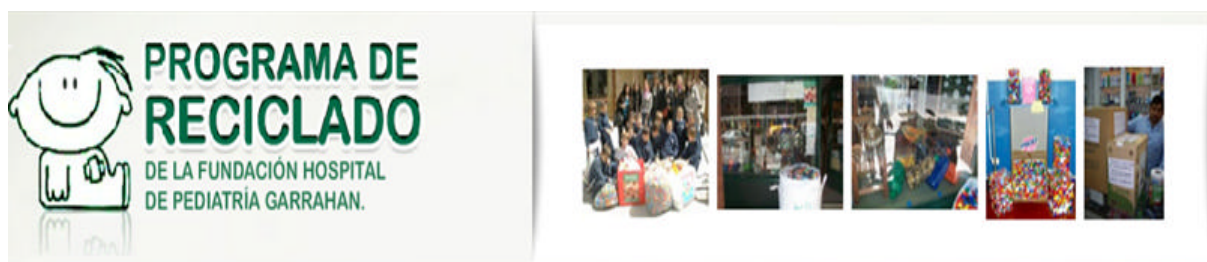


Consiste en el reciclado de 3 tipos de materiales:

Reciclaje de papel:

Reciclado de los diferentes tipos de papel y son donados a la Fundación Garrahan.

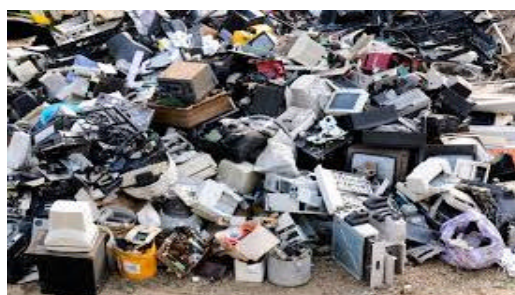
www.vaporlospibes.com.ar



Reciclaje de plástico: Esta campaña comenzó como una iniciativa "Glober" en las oficinas de La Plata. Un grupo de "Globers" sugirió el reciclaje de tapas de botella para la Fundación Garrahan.



Reciclaje de hardware: Hace 8 años se comenzó a trabajar con la Fundación Equidad para donar todo el hardware y aparatos electrónicos que no se utilizaban.



"GlobantUnplugged"

Basada en la prevención y el cuidado del medioambiente en el quehacer diario tanto en el trabajo como en la casa.

El objetivo es cambiar los hábitos de los "Globers" para que utilicen los recursos con eficiencia y prudencia. Esta iniciativa se motiva mediante ciertas acciones, tales como:

- Apagar las luces en las salas de reuniones y oficinas cuando no se están utilizando.
- Apagar las computadoras.
- Apagar los televisores y los aparatos eléctricos en las oficinas.
- Uso eficiente del agua.

Comunidad

En su relación con la comunidad, Globant destaca dos grandes grupos de acción:

Educación Inclusiva, cuyo objetivo es expandir el conocimiento de la sociedad en nuevas tecnologías teniendo presencias en Universidades, escuelas secundarias y realizando Coaching Empresarial en distintas organizaciones.

- Globant patrocina cursos en el ITBA y cuenta con varios "Globers" que participan de charlas universitarias sobre tecnología.
- Estudiantes de escuelas secundarias realizan visitas a Globant para aprender más sobre el negocio, las tecnologías y la industria.
- Globant participa de charlas, seminarios, cursos y eventos sobre Coaching Empresarial.

Negocio inclusivo, la meta es agregar valor en las ubicaciones que Globant tiene o puede tener, mejorar la empleabilidad y reducir la brecha digital en nuestra sociedad.

- Se busca incidir en zonas donde Globant tiene o tendrá locación física, y así poder generar mejoras en la calidad de vida de la comunidad en que estará inserto.
- El objetivo del programa TesteAR es promover el talento de los jóvenes que hoy tienen menos oportunidades a través de capacitación en informática para encontrar empleo en el mercado de TI.



Cientes

Globant ha construido una cartera de clientes de clase mundial, muchas de las cuales están a la vanguardia de las tecnologías emergentes. El éxito en el desarrollo de estas relaciones reflejan los servicios de valor añadido innovadores y de alta que ofrece junto con la capacidad para impactar positivamente en el negocio sus clientes.

Entre los clientes más reconocidos a nivel mundial se encuentran:



Recursos humanos

La empresa considera que el cuidado de sus empleados es un pilar fundamental para el desarrollo de la organización. Por ello se crearon las áreas de PeopleCare, C&TD, Champions y Top 200, que trabajan en diferentes actividades para que el "Glober" se sienta cómodo en la empresa. A continuación se presentan algunas de las prácticas entre otras, que se llevan a cabo para cumplir esta meta:

- Buzón de sugerencias.
- Modelo de puertas abiertas.
- Desempeño basado en objetivos.
- Planes de carrera.
- Espacios de trabajo comfortable, business casual, frutas y medialunas.
- Reloaded Program.
- Zonas de relax.
- Desafíos a todos los Globers por igual.
- Refuerzo de la comunicación interna.
- PC24.

- Programa G++ & Rewards.
- Medicina Prepaga OSDE.
- Médico on-site.
- Clases de inglés.



Desarrollo profesional

A Globant le interesa especialmente el crecimiento profesional de sus empleados, por lo que han creado un área específicamente centrado en el desarrollo de carreras profesionales de los recursos humanos.

El área de Desarrollo Profesional ofrece programas de formación y desarrollo a medida para cada función: especialmente se centran en el desarrollo de habilidades técnicas, de gestión y habilidades sociales y lingüísticas.

Algunas de las iniciativas son:

- Programa de Jóvenes Profesionales: selecciona y forma a jóvenes talentos para que puedan unirse al equipo.
- Programa de mentores: el objetivo es ayudar a los nuevos empleados en el proceso de orientación mediante la transmisión de la filosofía de Globant y de su cultura organizacional.
- Programa de Coaching: El objetivo principal de este programa es desarrollar profesionalmente a los empleados de Globant y ayudarles a llegar a la cima de su potencial.
- Conferencias: Se organizan conferencias con universidades de renombre de todo el mundo, con los referentes más importantes de la comunidad del código abierto y con empresas internacionales de primera clase.
- Certificaciones: Se capacita a los "Globers" para ayudarles a obtener la certificación en diferentes tecnologías.

CAPÍTULO 4

Surgimiento de la RSE en Argentina

4.1 Introducción

Las consecuencias socioeconómicas que tuvo la crisis del 2001 en Argentina y particularmente, las condiciones en que se encontraba la Industria del Software en el 2003, año en que se funda Globant, increíblemente le ha sido favorable a todas las empresas exportadoras debido a que la devaluación del peso colocó al país en condiciones de exportar con precios competitivos.

En la industria del software, esta devaluación le fue especialmente beneficiosa porque este sector no requiere planificación logística o costo alguno para exportar. Además, a finales del 2003 en adelante, se lanzaron varias políticas a nivel Nacional para estimular la producción de este sector.

Por su parte, la crisis del 2001 generó una sensibilización importante a nivel empresa-sociedad, ya que fue un punto de inflexión para que algunas organizaciones corporativas se empiecen a reconocer no sólo como generadoras de ganancias, sino también como un motor social transformador para Argentina.

Fue a partir de esto que en nuestro país la RSE se comenzó a conocer en mayor profundidad, aquí también el sector público tuvo un fuerte protagonismo a través de la motivación e implementación de políticas y leyes que impulsaran prácticas de RSE.

4.2 Contexto económico de la Industria del Software

El software y los servicios informáticos fueron una de las actividades económicas de mayor crecimiento en la Argentina, en especial luego de la devaluación del peso en 2002. Gracias a la reactivación económica y a la exportación de servicios y productos, favorecida por el tipo de cambio, el sector de las tecnologías de la información (TI) sacó provecho de la calidad de sus trabajadores y profesionales y logró consolidarse como una de las áreas de mayor dinamismo.

También hay que tener en cuenta el apoyo gubernamental que recibió este sector a comienzos de la década pasada. En noviembre del 2003 el Ministerio de Economía, a través de la Subsecretaría de Industria, lanzó el programa "Foros de Competitividad", donde se eligieron 9 sectores productivos y se organizaron los foros de discusión para mejorar cada uno de estos. Una de las industrias elegidas fue la del Software y Servicios Informáticos, su foro se puso en marcha y participaron del mismo el Estado, el sector privado, el sector académico y foros regionales.

Se llegó a una visión compartida que fue la de constituir a la Argentina, hacia comienzos de esta década, en un actor relevante, como país no central, del mercado mundial de software y servicios informáticos.

A partir de las conclusiones a las que se arribaron en el "Foro de Competitividad del Software y Servicios Informáticos"⁴ se creó un plan estratégico 2004-2014, complementario al "Plan de acción 2004-2007" que elaboró 30 medidas para desarrollar nuevos Recursos Humanos, mejorar los existentes, impulsar la I+D, la innovación y la sanción de leyes que ayuden a la industria, y que tuvo excelentes resultados ya que las metas generales propuestas fueron realizadas.

El crecimiento del sector del software ha sido uno de los más acelerados en la última década, además, es la actividad que ha tenido la tasa más alta de creación neta de nuevas empresas pyme.

4.3 Instalación y expansión de la RSE en Argentina.

En Argentina, la RSE ha evidenciado un gran crecimiento con mayor presencia del sector privado en la perspectiva de la inclusión social. Si realizamos un análisis de lo ocurrido en las últimas décadas, se pueden observar tres grandes etapas del desarrollo de la RSE en el país:

La primera etapa podemos denominarla como **etapa de instalación**, ya que solamente había compromisos aislados de algunas empresas, acompañando el desarrollo de las comunidades locales.

Este ciclo abarca la década del 90 hasta el 2001 y se caracteriza porque las empresas se adaptan a factores mutuamente interrelacionados, toman visibilidad como actores sociales y reformulan la tradición filantrópica en acción empresarial.

Entre los factores externos que motivaron la implementación de la RSE, se pueden mencionar el cambio tecnológico y la globalización de los negocios, circunstancias a las cuales los organismos internacionales han respondido generando un conjunto de recomendaciones a gobiernos y empresas para que adapten sus modalidades de actuación. Entre los factores locales se pueden señalar, la consolidación del proceso de democratización y la irrupción de la sociedad civil como actor social significativo, los cuales se tradujeron en un crecimiento sostenido de las organizaciones del tercer sector.

De este modo, sector privado y tercer sector cobran protagonismo como actores sociales frente a un sector público que se debilita en sus funciones, al mismo tiempo

⁴ *ámbito de debate amplio y plural, conformado por las entidades TICs de todo el país, donde se puedan elaborar definiciones estratégicas, considerar y consensuar diversas acciones de manera coordinada y concluyente.*

que se instala la corrupción como tema prioritario de la agenda pública. Las empresas adaptan una tradición filantrópica de larga data desarrollada por “empresarios” en acción empresaria, encontrando en la RSE una filosofía adecuada.

La segunda etapa, es el **periodo de expansión**, y permite a muchas empresas adoptar en forma efectiva y eficiente el esquema de la RSE gracias a la toma de conciencia del sector empresario que ante la pobreza y desigualdad estructural que definían a la Argentina en esa época, optan por la asistencia y el apoyo directo para intervenir ante la emergencia y las consecuencias de la crisis. Esta etapa es distinguida por el debate generado en torno al concepto de la RSE, la multiplicidad de actores vinculados a la temática, la diversidad de modalidades de actuación y gestión empresarial y el avance de la legislación.

La cantidad de actores organizacionales e individuales que se han vinculado a la temática es un indicador de su carácter movilizador. De este modo, el medio académico, comenzó a producir reflexiones teóricas sobre el concepto de RSE, dando origen a núcleos de investigación en diversas universidades del país e incluyendo la temática en cursos de capacitación dirigidos a directivos de las empresas. La prensa especializada, incrementó el número de artículos de manera significativa. Se crearon entidades promotoras de la RSE, con el objetivo de capacitar y colaborar en la implementación de programas y un registro de entidades vinculadas al tema.

De esta forma, la RSE generó nuevas situaciones organizativas, redefinió las existentes y especificó los medios para tratar racionalmente con cada una de ellas.

En la tercera etapa, que comienza hacia el 2007 y manteniéndose a hoy aún, las empresas comienzan a trabajar sobre la promoción, básicamente se centran en el otorgamiento de becas, microcréditos y capacitación laboral. Es en este momento cuando este enfoque comienza a tener impacto, contribuyendo de manera significativa a transformar la realidad. En este esquema, se abren nuevos desafíos para la RSE en Argentina, que pasan por lograr sustentabilidad en las acciones encaradas, apoyar a las organizaciones que tienen legitimidad y fomentar la experiencia de trabajo en las comunidades.

En Argentina existen más de 80.000 organizaciones sociales, y uno de los desafíos del sector empresario es apoyarlas con financiamiento y capacitación, para empoderar y fortalecer la sociedad civil.

Esta última etapa no tiene un hito específico que marque su inicio pero pueden nombrarse ciertos indicadores que la revelen:

- 1) los resultados de investigaciones comienzan a señalar déficit de implementación de las estrategias de RSE y prácticas exitosas.
- 2) cambio en la percepción de las necesidades sociales, que viran la atención de la emergencia social a la inequidad social.
- 3) modificación en los criterios de premiación que establecen las ONG's, que comienzan a hacer hincapié en la gestión de la RSE al interior de las empresas o en el impacto de los proyectos en la sociedad.

4.4 Legislación argentina

La legislación sobre la temática se realiza tanto en el periodo de instalación como en el de expansión. En el primero se establecen algunas leyes en relación a aspectos más generales, y en el segundo se trabaja sobre varias cuestiones más puntuales. De todas formas, la preocupación por generar un marco legal que regulara integralmente la RSE corresponde a la etapa de expansión.

De este modo, la reforma constitucional de 1994, coincidente cronológicamente con la etapa de instalación de la RSE, facilita la incorporación de nuevos aspectos relacionados con los consumidores y el medio ambiente. La etapa de expansión, por su parte, se caracteriza por incorporar aspectos cualitativos relativos a la regulación de todos los grupos de interés, la cuestión medioambiental en temas estrictamente vinculados con la gestión empresarial y el intento de regular específicamente la temática de la RSE.

4.5 Iniciativas del Sector Público

Plan Nacional de Desarrollo Local y Economía Social "Manos a la Obra".

El Plan reconoce sus antecedentes en la crisis del 2001, se lanzó en el 2003 y durante el 2005 y el 2006 se instrumentaron las acciones con el sector empresarial. Los objetivos consisten en contribuir a la mejora del ingreso de la población en situación de vulnerabilidad social, promover la economía social, mediante el apoyo técnico y financiero a emprendimientos productivos de inclusión social, generados en el marco de procesos de desarrollo local y fortalecer organizaciones públicas y privadas.

Los componentes del Plan son:

- 1) apoyo económico y financiero para la obtención de herramientas, insumos y bienes de capital, a través de modalidades que se adecuan a las diferentes necesidades y realidades locales;

- 2) fortalecimiento institucional, generando espacios de encuentro, debate e intercambio;
- 3) asistencia técnica y capacitación para las iniciativas productivas.

<http://www.desarrollosocial.gov.ar/socioproductivos/115>

Iniciativa de Responsabilidad Social Empresaria y Trabajo Decente

El programa se comienza a instrumentar en el 2006 y continúa en la actualidad. Su objetivo es promover el trabajo decente en el marco de la RSE, para su desarrollo entre las empresas líderes y sus directivos en particular.

La responsabilidad social se entiende como el compromiso empresarial de llevar a cabo en la medida de sus posibilidades, las acciones y políticas necesarias para el logro de los objetivos del trabajo decente, reducción de la informalidad, erradicación del trabajo infantil, combate a cualquier tipo de discriminación, promoción del empleo juvenil, extensión y mejora de la cobertura de la protección social, derechos laborales y del diálogo social, inclusión y desarrollo socioeconómico de su entorno y crecimiento personal y profesional de sus trabajadores.

La iniciativa se materializa a través de tres instrumentos y se efectúa una evaluación que se expresa en términos cuantitativos y que resulta significativa para captar la intensidad de la interacción. Ellos son:

- 1) Convenio entre el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social y las empresas del sector privado para la conformación de la "*Red de Empresas Jóvenes con Futuro*"; cuyo objetivo consiste en capacitar y dar oportunidad real de trabajo de calidad a jóvenes de entre 18 y 24 años con problemas de empleo, debido a sus bajos niveles formativos o a su escasa o nula experiencia laboral.

- 2) Declaración de lineamientos y compromisos sobre RSE para la promoción del trabajo decente. Las empresas declaran el compromiso de llevar adelante, en la medida de sus posibilidades y dentro de sus respectivas competencias, programas de acción que amplíen los contenidos de la negociación colectiva más allá de la cuestión salarial. Los temas a incluir son:

la cadena de valor, en pro del empleo de calidad y su competitividad, la erradicación del trabajo infantil, la igualdad de género, la seguridad e higiene, la inclusión de personas con discapacidad, el fortalecimiento del tripartidismo, el derecho a la capacitación y el reconocimiento explícito de la dimensión ética de las relaciones laborales.

- 3) Banco de Buenas Prácticas Empresarias de RSE tiene como propósito favorecer el reconocimiento público de buenas experiencias.

CAPÍTULO 5

Origen y desarrollo de la RSE en Globant

5.1 Introducción

Desde sus inicios, los fundadores de Globant tuvieron una visión particular que los llevó a pensar cuestiones de RSE casi inconscientemente.

Esta visión los ha obligado a pensar en una empresa sustentable desde un inicio, y para lograrlo debían pensar en cuestiones básicas pero fundamentales que no siempre se tienen en cuenta.

En sus orígenes, sus fundadores apostaban a generar valor agregado a la empresa fundamentalmente mediante "el cambio de dos paradigmas". En primer lugar, mostrar que una multinacional no necesariamente tiene que ser extranjera. En segundo lugar, demostrar que un profesional puede desarrollar su carrera sin tener la obligación de mudarse al extranjero o a Capital Federal. Es por esto que Globant se inició en La Plata y Buenos Aires, pero hoy ya cuenta con oficinas en Rosario, Córdoba y Corrientes, además de Chile, Uruguay y Colombia.

5.2 Ingreso del concepto del RSE a Globant

Si bien Globant es una organización que pensó en una empresa sustentable desde su inicio, procurando agregar valor a la entidad mediante un trato ético con sus grupos de interés y planificando una cultura organizacional acorde a sus valores y objetivos, la empresa no tuvo conocimiento de la palabra RSE hasta el 2005 cuando iniciaron su relación con Endeavor⁵.

Endeavor le significó a Globant un punto de inflexión cuando sus fundadores fueron reconocidos como "Emprendedores Endeavor" y alcanzaron su primera ronda de inversiones. A partir de aquí, la empresa mantuvo contacto con esta organización y fue a través de ella que lograron entrar en familiaridad con el concepto de RSE.

⁵ Endeavor impulsa la transformación de emprendedores talentosos, éticos, innovadores y con potencial de crecimiento; y desarrolla y articula el ecosistema de apoyo emprendedor para agilizar la dinámica de la creación de nuevas empresas.

En el 2008, por medio de una consultoría de RSE que en ese entonces financiaba American Express, fueron conscientes por primera vez de que varias de las actividades que Globant llevaba adelante, estaban vinculadas a esta temática.

A partir de este primer acercamiento, la empresa se fue profundizando en el tema para poder planificar mejor sus prácticas e ir estructurándolas paso a paso en lo que en el 2010 fue formalmente el área de RSE.

Con el área de RSE funcionando, se comienza a trabajar en lo que se denomina "la triple creación de valor", es decir, generar valor no sólo en lo económico sino también en el medio ambiente y la sociedad.

Como "la triple creación de valor" también hubo otros cambios en el discurso que trataba esta temática, como ser los "stakeholders" o los "balances sociales". Se empezó a utilizar la nomenclatura de la RSE para estructurar los que se estaba haciendo y para hacer más cosas.

En este sentido, se comenzaron a implementar los balances sociales de forma anual para sacar conclusiones y hacer evaluaciones de lo que la empresa había logrado, lo que le faltaba hacer, lo que podía mejorar, etc.

A partir de la creación del área de RSE también se tuvo que capacitar al personal del área de Capital Humano a través de cursos y charlas específicas, para que luego puedan desarrollar y compartir ese conocimiento dentro de Globant. Por otro lado, por el mismo hecho de entrar en la temática, pudieron conocer y crear vínculos con organizaciones referentes en RSE: IARSE, ComunicaRSE, MoveRSE, Las Naciones Unidas y el ya nombrado, Endeavor.

5.3 Estructura del área de RSE

Globant presenta su área de RSE conformándola por cuatro pilares principales desde donde se desprenden todas sus actividades:

- ***Live ethically (vivir éticamente)***: Ser coherentes entre lo que se dice y lo que se hace, motivar determinados valores fundamentales para llevar adelante la empresa que ellos desean, cumplir los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas⁶. Para lograr esto tienen ciertos mecanismos de medición y reconocimiento: Stellar Program, Evaluación de desempeño, Cartas de objetivos basados en adherencia a sus valores, Premios.

⁶El "Pacto Mundial" funciona desde el año 2000 y consiste en 10 principios básicos propuestos por las Naciones Unidas con el fin de que todos los pueblos del mundo compartan los beneficios de la mundialización. El Pacto pide a las empresas a nivel global que hagan suyos, apoyen y lleven a la práctica un conjunto de valores fundamentales en materia de: Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente, Lucha contra la corrupción.

Podemos incluir dentro de este punto a GlobantManifesto, que surge desde los orígenes de la empresa, cuando sus cuatro fundadores ideaban cómo se iban a convertir en la primera multinacional argentina.

El GlobantManifesto está compuesto por seis pilares fundamentales dentro de la cultura de la empresa:

- Act ethically (Actúa éticamente)
- Think big (Piensa en grande)
- Innovate (Innova)
- Aim to the excellence in our work (Aspira a la excelencia en el trabajo)
- Be a team player (Trabaja en equipo)
- Have fun (Diviértete)

➤ **Thinkgreen (Piensa en verde):** En este punto se concentran todas las prácticas y Campañas que se hacen en relación con el Medio Ambiente:

Reciclado de papel (Fundación Garrahan), Reciclado de Tapitas de plástico (Fundación Garrahan),

Reciclado de hardware en desuso y basura electrónica (Fundación Equidad), GlobantUmplugged (ahorro de energía y agua), generar conciencia sobre la huella ecológica, Eventos de Medio Ambiente, RandomHack of Kindness (iniciativa mundial que busca crear soluciones de código abierto a distintos problemas tecnológicos alrededor del mundo), Adhesión al programa "Mejor en Bici".

➤ **Globant Inclusive (Globant Inclusivo):** Se busca incidir en zonas donde la empresa tiene o tendrá locación física, y así poder generar mejoras en la calidad de vida de la comunidad en que están insertos.

TesteAR: Proyecto que tiene como objetivo capacitar a jóvenes de sectores vulnerables en tecnología, puntualmente en Manual Testing. El fin es disminuir la brecha digital y brindarles una mayor empleabilidad.

➤ **Ready to help (Listo para ayudar):** Este punto incluye todo lo referido a voluntariado. Este programa se divide a su vez en dos partes:

- CSR Labs: Desarrollo de software innovador para donarlos a ONG's
- Globers que hacen campaña: Son campañas de diversa índole que surgen por iniciativa de los propios globers. Por ejemplo: Recolección de tapitas plásticas, donación de sangre, reciclado de basura electrónica, etc.

5.4 Stakeholders

Colaboradores

Globant considera que su principal y más importante stakeholder son los colaboradores, ya que el capital humano es fundamental en cualquier empresa, y sobre todo en una organización de software. Es por eso que Globant se preocupa por la adquisición y retención de talentos mediante toda una serie de beneficios otorgados a los trabajadores, ya nombrados párrafos atrás.

Por otro lado, cabe destacar la política salarial que mantiene la empresa. Globant realiza análisis permanentes de las bandas salariales del mercado (que involucra a todas las empresas del sector), y mantiene un estándar basado en este análisis para todos los roles. Además, se centra mucho en la performance individual.

Clientes

Si bien la empresa no reconoce ninguna política explícita de RSE para los clientes, sí le garantiza la calidad de sus productos mediante algunas de las siguientes certificaciones: ISO9001, CMMI Nivel 3 y Auditorías de seguridad.

Al respecto, Francisco Michref coordinador de RSE de Globant, sostiene: "La RSE es muy amplia, uno puede decir que todo es RSE. Yo particularmente no suelo hablar de esto cuando hablo de RSE, porque si bien está dentro de lo que es una buena práctica, tiene que ver más con la sustentabilidad, con el modo de trabajar. Es decir, nosotros trabajamos así porque queremos una empresa sustentable, con clientes que nos vuelvan a elegir todos los días."

Proveedores

En el 2011, propuesto por el área de RSE, Globant llevó adelante un plan de acción que consistía en firmar un acuerdo de ética con sus proveedores y exigirles algunos requisitos para trabajar con la organización.

Además en el 2011 también lograron algunas acciones concretas:

- Utilización de resmas de papel reciclado (de una empresa tucumana) en lugar de resmas comunes.

- Compra de remeras de la ONG "Media Pila"⁷, que es una fundación sin fines de lucro que por medio de un modelo innovador busca insertar en la sociedad a madres que por falta de un oficio viven en situación de indigencia.

Comunidad y medio ambiente

Las prácticas que se llevan a cabo en relación a estos stakeholders ya se nombraron anteriormente, sintéticamente son:

- Proyecto TESTEAR
- Clases y charlas en escuelas y universidades.
- Desarrollo de software para ONG's.
- Reciclado de tapitas plásticas, basura electrónica, etc.
- Ahorro de agua y energía.
- Donación de sangre.

Gobierno

El coordinador de RSE cuenta que Globant tiene un vínculo muy fuerte con el Gobierno. Para proyectos de gran dimensión como el de TESTEAR, por ejemplo, necesariamente tuvieron que relacionarse con el Gobierno para que éste le brinde un espacio para las actividades y algunas otras cuestiones que hacían falta. Además, la empresa siempre los invita a participar de sus eventos o programas de RSE.

Globant y los medios de comunicación

Las noticias relacionadas con Globant se pueden separar en 3 ejes:

➤ **Relación con los gobiernos y el proyecto TesteAR**

Conjuntamente con el gobierno nacional y con el gobierno porteño, Globant a través en los medios gráficos, televisivos y los medios digitales ha comunicado sus distintos proyectos y sus implementaciones.

➤ **Globant y sus reconocimientos**

En este punto se toman aquellas noticias cuya novedad depende de alguna actividad, anécdota o gestión extraordinaria de la empresa.

También se toman las noticias en donde se cuenta que Globant recibió algún premio o reconocimiento por su gestión o sus logros, y en las cuales se cuenta que la empresa fue caso de estudio para universidades norteamericanas.

➤ **Globant, nuevas oficinas y nuevos empleados**

⁷Media Pila es una fundación sin fines de lucro que por medio de un modelo innovador busca insertar en la sociedad a madres que por falta de un oficio viven en situación de indigencia.

Comunica su crecimiento, sus inversiones, a nivel estructural, de infraestructura, de capital humano y financiero.

CAPÍTULO 6

El proceso de comunicación en la RSE de Globant

6.1 Introducción al capítulo

En este capítulo se describirá de qué manera funciona el proceso comunicacional dentro de Globant en relación a su RSE.

Se expondrán las estrategias comunicacionales y los canales de comunicación que se utilizan. También se contará de qué modo procede la organización para evaluar sus comunicaciones.

6.2 Comunicación interna y externa

A nivel interno:

- Se utilizan mucho los mensajes apelativos.
- Se utiliza un tono informal, de colega a colega.
- Se busca ser coherente entre lo que se dice y se hace.
- Se busca hacer sentir a los globers como parte del área de RSE, preguntándole qué les gustaría hacer, invitándolos a participar y proponer nuevas iniciativas.
- La difusión se hace vía mail, redes sociales, afiches.

A nivel externo:

Francisco Michref sostiene que “el trabajo de prensa se da naturalmente”, y argumenta: “Si se hacen cosas como TesteAR, a los medios les interesa. Entonces, nuestra forma de comunicarlo es haciéndolo.”

En relación a las demás prácticas de RSE, el coordinador del área admite que no se trabaja en su difusión porque para la empresa “es obvio que lo tenemos que hacer, entonces, simplemente las hacemos, no tenemos difusión.”

6.3 Evaluación de estrategias

Para la evaluación se trabaja con una consultora de comunicación, que también la encargada de hacer la parte de prensa de la empresa durante todo el año. Lo que se hace es un "análisis de reputación", no exclusivo del área de RSE, en el cual se analizan anualmente las menciones positivas y negativas de Globant.

Hacia dentro, los resultados de las comunicaciones son más evidentes.

Francisco Michref lo ejemplifica de esta forma: "Si yo invito a la gente a quedarse y se presenta sólo uno, algo está fallando, pero si vienen 50, la comunicación evidentemente funcionó."

En este sentido, las comunicaciones apuntan también a motivar el nivel de compromiso, y al generar y/o evaluar las estrategias, se tienen en cuenta dos cuestiones: "observamos si es la comunicación lo que se tiene que mejorar o si son las acciones que se proponen", afirma Michref.

6.4 La comunicación a través de Web

La inserción de Globant en la Web y sus funciones:

Tomando una entrevista realizada por el portal comunicados punto cero a Wanda Weigert, Gerente de Comunicación de Globant, cuenta qué funciones le otorgan a la comunicación en los perfiles que la empresa tiene en las diferentes redes sociales y cómo se produce la interacción entre los perfiles y el sitio web.

Se rescatan los siguientes fragmentos:

"En Facebook la función sería comunicarnos con nuestros Globers y con los potenciales Globers. Lo hacemos a través de publicaciones que cuenten las novedades de Globant, incluyendo reconocimientos, eventos, noticias de tecnología, etc".

"Tenemos separado lo que es el canal de Recruiting (reclutamiento). En los canales de Globant institucional y en el de las oficinas no ponemos búsquedas".

"También tenemos el canal de Responsabilidad Social".

"Todos los canales están referenciados desde el Canal institucional y todos están interrelacionados".

"Renovamos el Sitio y ahí están los links a los perfiles institucionales de cada red social, de Twitter, de Facebook, de LinkedIn y de YouTube".

“Hacemos también en algunas secciones es tomar los feeds de Twitter y los de Facebook también. Entonces por ejemplo en la parte de eventos ponemos los feeds de Twitter, donde están los perfiles de los gerentes y los directores, también se toma el feed de su Twitter para que la gente lo vaya viendo”.

“Ese es el rol, desde ahí nosotros queremos que el sitio sea la puerta de entrada, entonces vos entras a la Home y ya ves los últimos tweets de cada red social.”

CAPÍTULO 7

La RSE como estrategia corporativa

7.1 Surgimiento

El concepto de RSE se instala en Globant recién en el año 2005, cuando la empresa inicia relaciones con Endeavor. Una vez reconocidos como “Emprendedores Endeavor” y haber alcanzado su primera ronda de inversiones, Globant comienza a interiorizarse con la RSE.

En el año 2008, gracias a una consultoría de RSE financiada por American Express, fueron concientizándose con el tema y tomaron conciencia de algunas de sus políticas que se encontraban relacionadas con esta idea.

La RSE en sí como estrategia se fue incorporando en Globant paulatinamente. En primer lugar, aportando teoría, conceptos y metodologías a lo que ya se venía realizando, estructurando y haciendo más eficientes las prácticas o programas que hasta ese momento se hacían consensuados y de buena voluntad. En segundo lugar, proporcionando nuevas ideas y campos de acción para que gradualmente la RSE se convirtiera en transversal a la organización y pase a ser una filosofía o ideología de empresa, más que un área extra donde se concentran las buenas acciones.

De este modo, Globant estructuró su área de RSE a partir de cuatro pilares fundamentales, ya desarrollados anteriormente, desde donde se desprenden todas sus actividades:

- Live ethically (Vivir éticamente)
- Thinkgreen (Piensa en verde)
- Globant Inclusive (Globant Inclusivo)
- Ready to help (Listo para ayudar)

La división de las prácticas de RSE en estos cuatro pilares permite no solamente organizar el área de manera eficiente sino también llegar concretamente a los públicos a los cuales se dirige: los “Globers” a nivel interno y los potenciales trabajadores a nivel externo.

7.2 Proceso de comunicación

En sus inicios, Globant desarrolló una cultura coherente con sus aspiraciones de sustentabilidad a largo plazo y con principios y valores que fundaron casi inconscientemente las bases de lo que luego se transformaría en RSE.

El mantener su relación con Endeavor, le permitió familiarizarse con el concepto de RSE y así poder darse cuenta de su inclinación hacia este tema, llevándolo a profundizarlo y tratarlo conscientemente.

El ingreso de la estrategia de RSE a la organización logró que esta pueda apropiarse de distintos conceptos y metodologías para mejorarlo que ya se venía haciendo y captar nuevas ideas para desarrollar nuevas prácticas.

Se decidió realizar una estrategia de comunicación que implicó un vocabulario simple, conciso y contundente para que pueda llamar la atención y dar una idea inmediata sobre el tema. Entre otros, "Actúa éticamente", "Diviértete", "Piensa en verde" o "Listo para ayudar"

Estos, son conceptos o imperativos que llaman la atención y permiten hacerse una idea general sobre que tratan o a que cuestiones se refieren, brindando al público la posibilidad de identificarse con el tema y ser participe o no de sus actividades.

Los resultados de dicha estrategia tienen resultados opuestos a nivel interno. Ya que por un lado están quienes consideran que dicha actividad es un tanto hipócrita y que sólo tiene el fin de crear una buena reputación hacia el exterior. Caso contrario son los "Globers" quienes se comprometen con la empresa, sus actividades y participan activamente de estas.

Mirando hacia el exterior, los resultados han sido muy buenos, Globant es reconocida por su historia, por sus clientes, por su crecimiento anual, por su cuidado del capital humano, por algunas de sus actividades de RSE (TesteAR la más conocida), etc.

Para evaluarla, la empresa trabaja en conjunto con una consultora durante todo el año y realiza balances anuales para analizar la repercusión de sus actividades tanto a nivel interno como externo.

Uno de los puntos más influyentes, son las redes sociales (Twitter, Facebook, LinkedIn y YouTube). Estos son clave hoy en día en la comunicación de la organización, tanto de sus prácticas de RSE como de todas las actividades en general.

De acuerdo a lo que se quiera lograr o a qué público se quiera llegar, se utilizan distintas redes sociales o se pone hincapié más en una que en otra, aunque todas se hallen vinculadas. A manera de ejemplo, existe un grupo en Facebook, "CSRGlobant", que es muy activo y está principalmente dirigido a los "Globers" o potenciales trabajadores. Allí se exponen las actividades realizadas, se suben fotos y se invita a participar a futuros eventos teniendo un nivel de comentarios y de participación bastante alto.

Conclusión final

Durante este trabajo final hemos podido observar diversas apreciaciones sobre la empresa Globant Argentina respecto a su estrategia de Responsabilidad Social Empresarial o como organización en general.

Sin embargo existe una realidad, y es que Globant, conscientemente o no, ha desarrollado prácticas o formas de gestión relacionadas a la RSE desde sus inicios, y hasta ha logrado crear un área de RSE pudiendo así optimizar estas prácticas y crear nuevas.

Creo que la RSE es más que una herramienta de gestión para lograr ciertos objetivos, este concepto está más relacionado a una filosofía de vida y a fines de largo plazo que son claros y concisos, y que en definitiva se corresponden a una sola meta, la sustentabilidad del mundo tal y como lo conocemos.

Una vez analizada Globant, podemos afirmar que la organización llegó a la RSE por convicción, por la certeza de que esa era la mejor forma de llevar adelante una empresa, sin embargo, si se cambia la perspectiva, también se pueden argumentar los otros dos factores.

A Globant le convenía llegar a la RSE porque estaba relacionado a lo que la empresa ya venía desarrollando, gracias a la RSE Globant le pudo dar nombre y darle forma a lo que ya hacía.

Si se observa un poco más allá, también observamos que la coacción tuvo su parte. Los fundadores de la empresa supieron desde un principio cuáles eran sus metas: lograr la primera multinacional argentina con los trabajadores más capacitados y creativos del país y en un lugar de trabajo óptimo donde a los "Globers" les gustó volver a trabajar todos los días.

Fueron, entonces, sus aspiraciones de largo plazo las que forjaron a los fundadores de Globant llegar a la RSE.

También podemos observar la importancia que tuvo ésta en la organización. La RSE vino a reorganizar y reforzar un modo de gestión que la empresa consideró el indicado desde

su inicio. Este “modo” estaba relacionado con integrar transversalmente en la organización ciertos valores y principios que creyeron los apropiados para sus aspiraciones.

Esto conformó lo que se denominó el Globant Manifesto de la empresa, que a su vez se convirtió en el motor de lo que finalmente se conocería como la RSE de Globant.

De este modo, los fundadores consideraron que para llegar alto, tendrían que aspirar alto y tener las mejores herramientas, y en el área de programación eso correspondería a buscar “los mejores programadores” del país.

Se dijeron: “¿Qué empresa es buena para trabajar? – Google – Bueno, creemos un Google argentino.” Así se iniciaron con todos los beneficios relacionados al área de RR.HH y en la medida que crecieron y tuvieron buenos resultados, fueron ampliando su abanico de buenas prácticas hasta integrar la estrategia de RSE y crear oficialmente el área en el 2010.

Si reflexionamos un poco más acerca de la RSE de Globant, diría también que es una buena herramienta al momento de la selección de personal. Creo que la organización no sólo selecciona sus empleados por su capacidad, aptitud o creatividad al programar, si no que además busca un perfil de personalidad que coincida con la cultura organizacional que se pretende promover. Por eso se puede observar bastante entusiasmo en los “Globers” a la hora de participar desinteresadamente en alguna de las campañas de la empresa o de tener iniciativas propias para colaborar con la comunidad.

Sin embargo, como puede pasar en cualquier empresa, hay “Globers” que no están contentos con la organización o su RSE. Hay trabajadores que no participan porque no les interesa y porque no se encuentra en su personalidad el afán de ayudar o de ser parte de estas campañas.

De todas maneras, las opiniones contrapuestas se pueden explicar por varios factores, principalmente: cuál es el bagaje sociocultural que traen los trabajadores al momento de ingresar a la organización, cuáles son sus expectativas respecto a ésta y cómo se desarrolla el proceso de comunicación dentro de la empresa en cada uno.

La construcción de significaciones puede ser muy amplia, y mientras un “Glober” cree que puede llegar lejos siendo parte de una organización honesta con una misión clara, otro sólo considera que trabaja para una empresa egoísta que cuida sus propios intereses y que tiene creado todo un artificio de “buenas prácticas” sólo para engañar a sus grupos de interés.

Bibliografía

ALBANO, S. (2007) "La formación de estrategias" en *Michel Foucault. Glosario epistemológico*" Bs. As. Quadrata

ALEA GARCÍA, A. (2007) "Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible" en *Futuros: Revista Trimestral latinoamericana y caribeña de desarrollo sustentable*. N° 17, vol.5.

Disponible en: http://www.revistafuturos.info/futuros17/resp_soc_emp.htm

ARROYO, A. (2011) Nuevos desafíos para la Responsabilidad Social Empresarial en la Argentina 2011.

Disponible en: <http://danielarroyo.blogspot.com/2011/05/nuevos-desafios-para-la-responsabilidad.html>

FLORES, F. (1994) *Creando organizaciones para el futuro*. Dolmen Ediciones S.A

GOMEZ MOMPEAN, M. y LORCA SOTO, A. (2005) "Origen Moderno de la RSE" en *El Desarrollo de la PRL a Través de la Implantación de la Norma SGE21:2005 como Sistema de Gestión Ética y Responsabilidad Social Empresarial*. Disponible en:

<http://www.acosomoral.org/pdf/sevilla06/0367.pdf>

INFORMATION TECHNOLOGY MAGAZINE (2009) ¿Por qué Globant?

Disponible en: <http://www.slideshare.net/msciutto/globant-it>

RITTER, M. (2008) *Cultura Organizacional*. La Crujia, BsAs

SANTOS HERNANDEZ, V. (2009) "La industria del software. Estudio a nivel global y América Latina" en *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, N° 116, 2009. Disponible en:

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/la/09/vsh.htm>

VALOR, M. (2001) "Responsabilidad Social de la Empresa, marketing de relaciones y política de Recursos Humanos: el gasto social de la empresa" en *Papeles de Ética, Economía y Dirección* N° 6. Disponible en:

<http://www.eticaed.org/15.Valor01.pdf>

DESCONOCIDO (2004) El software argentino busca su despegue definitivo.

Universia Knoledge.

Disponible en: <http://www.wharton.universia.net/index.cfm?fa=viewArticle&ID=749>

DESCONOCIDO (2008) Desarrollo de la RSE en Argentina. Periodo 2000-2007

Revista de Gestión Social Ambiental. Vol. 2, N°3.

Disponible en: <http://www.revistargsa.org/ojs/index.php/rgsa/article/viewFile/92/46>

Sitios web:

PAGINA OFICIAL DE GLOBANT

Disponible en: <http://www.globant.com>

Periódicos digitales y medios de comunicación:

TN (2008) "Martín Migoya, Globant CEO" en *Argentina para Armar*.

Disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=Fd3qbptb_u4

I PROFESIONAL.COM (2011) La argentina Globant se convirtió en caso de estudio en Harvard.

Disponible en: <http://management.iprofesional.com/notas/114918-La-argentina-Globant-se-convirti-en-una-caso-de-estudio-en-Harvard>

CLARÍN (2011) Qué estudian las escuelas de negocios extranjeras de las empresas argentinas.

Disponible en: http://www.ieco.clarin.com/empleos/escuelasnegocios-extranjeras-empresas-argentinas_0_489551317.html

CANAL AR (2007) Global Services premió a Globant como revelación mundial. Disponible en: <http://www.canal-ar.com.ar/noticias/noticiamuestra.asp?id=4143>

INFO 341 (2009) Los próximos pasos de Globant en la región. Disponible en:

<http://www.info341.com.ar/actualidad/nota.php?seccion=actualidad&id=13201> Visitado en Octubre 2011

CANAL AR (2010) El Gobierno porteño y Globant promueven empleos de IT.

Disponible en: <http://www.canal-ar.com.ar/Noticias/Noticiamuestra.asp?id=9325>

CHACO DÍA POR DÍA (2010) Chaco proyecta un Laboratorio de

Capacitación Informática.

Disponible en: <http://www.chacodiapordia.com/noticia.php?n=56529>

LA VOZ DE TANDIL (2011) Se puso en marcha el Programa "TesteARTandil". Disponible en:

http://www.lavozdetandil.com.ar/ampliar_nota.php?id_n=28843

DIARIO NORTE (2010) Globant producirá desde el Chaco software para las multinacionales más grandes del mundo.

Disponible en: <http://www.diarionorte.com/noticia.php?numero=53413>

LA NACIÓN (2011) Globant se expande en EE.UU con la compra de otra tecnológica.

Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1394261-globant-se-expande-eneeu-con-la-compra-de-otra-tecnologica>

ASOCIACIÓN EMPRESARIA DE ROSARIO (2010) Globant duplica su presencia en Rosario e incorpora más de 100 empleados.

Disponible en: <http://www.aer.org.ar/globant-duplica-su-presencia-en-rosario-e-incorpora-mas-de-100-empleados/>

ENTREVISTA WANDA WEIGERT

Disponible en; <http://comunicadospuntocero.wordpress.com/>