



Webinar Compras Inclusivas

Ministerio Desarrollo Humano y Hábitat



**Buenos
Aires
Ciudad**



**Buenos
Aires
Presente**

■ Introducción

Para lograr el avance en los ODS es indispensable generar cambios desde los diferentes sectores, y si hablamos del sector privado esto nos lleva a comprender que existe una necesidad imperiosa de cambiar determinadas Formas de hacer, gestionar y generar negocios entre los diferentes sectores. Los cambios no son Fáciles porque debemos salir de las rutinas ya armadas, probadas y legitimadas al interior de la organización para probar alternativas.

Algunos de los Factores que juegan a Favor de la inmovilización son el desconocimiento, la desconfianza y los prejuicios. Este combo se convierte en un aliado del no cambio y se apodera del statu quo.

Pero bien vale la pena movernos a Fin de derribar las barreras que rodean la diversidad, que cambiemos nuestras actitudes y generemos opciones de inclusión en la cadena de valor de las organizaciones. Aquí las áreas de compras tienen una gran oportunidad de generar una inclusión de manera sostenible. Este cambio de las empresas es alentador y necesario para ampliar el acceso a bienes, servicios y oportunidades de medios de vida para personas que se encuentran en contextos desfavorables. Así las compras inclusivas brindan verdaderas oportunidades para que las personas asuman nuevos roles: como proveedores, como distribuidores, como minoristas o como clientes.

Esta Forma de hacer negocios que incorpora la gestión de compras inclusivas tiene su correlato con un triple impacto: social, económico y medio ambiental. Las compras inclusivas son generadoras de beneficios hacia las personas que participan y su contexto social, quienes de otra manera sería casi imposible que pudieran ser proveedoras de empresas o de organismos del Estado.

Esta es una materia que está ganando espacio en las agendas de gestión que fueron impulsadas en primera instancia desde las áreas de Sustentabilidad y que, en el presente, comienzan con más fuerza a ser abordadas desde las áreas de Abastecimiento o Compras. Como mencionamos anteriormente uno de los Factores que hizo lenta esta incorporación ha sido sin dudas el prejuicio a la hora de pensar que del otro lado no hay una gran o mediana empresa a quien se le va a comprar, productos o servicios, sino cooperativas, emprendimientos que están empezando a dar sus primeros pasos o que ya tienen años de experiencia. Pero en definitiva no dejan de ser actores nuevos en la economía para la gestión empresarial, no nuevos en el mercado porque siempre estuvieron presentes.

Muchas veces no somos conscientes de que nuestros prejuicios son ideas Formadas en nuestro inconsciente, que reaccionamos a un sistema rápido, automático que va hacia lo conocido e instintivo y que de esa manera tomamos la mayoría de nuestras decisiones.

Por eso es importante hacer un doble click frente a las respuestas de defensa que nos surgen cuando queremos justificar por qué no cambiamos.

La gestión de compras inclusivas se debe asociar con profesionalismo, inteligencia social y consciencia de inclusión generando un impacto positivo en las personas y sus comunidades donde tienen verdaderas posibilidades de trabajo y desarrollo. El Foro Económico Mundial informa de la existencia de una correlación positiva entre la equidad de género y el nivel de competitividad de un país, su producto interno bruto (PIB) per cápita y el puesto que ocupa en el índice de desarrollo humano.

En este sentido queremos compartir algunos datos y también decir que faltan cifras para poner contexto al panorama sobre diferentes poblaciones:

3 / 10 PYMES EN ARGENTINA ESTÁN LIDERADAS POR MUJERES.



8 / 100 EMPRESAS GRANDES Y APROXIMADAMENTE **1300** COOPERATIVAS ESTÁN LIDERADAS POR MUJERES.

Esto nos habla de un eje: las mujeres, pero no hay datos sobre otras interseccionalidades y sin información no se puede generar un abordaje integral y avanzar en la totalidad.

De aquí surgen reflexiones y preguntas en torno a cómo las políticas corporativas de diversidad e inclusión se traducen en la gestión de compras inclusivas y por otro lado las empresas cómo pueden ofrecer experiencias inclusivas a sus clientes utilizando sus canales de venta y comunicación. Sabemos que cada marca tiene su propia oferta y demanda y un mercado objetivo que requiere una solución específica.

■ Desarrollo

Queremos compartir un resumen del Webinar de Compras Inclusivas realizado por Nodos y el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires el 5 noviembre de 2020. Este webinar estuvo moderado por **Virginia Meneghello** de Nodos y el Panel compuesto por **Candelaria Rueda**, Gerenta Operativa de Producción Autogestiva del Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat de GCBA, **Clara Barthe**, Gerenta Incubación y Fortalecimiento del Ministerio de Desarrollo Económico y Producción de GCBA, **Lorena Nuñez**, CoFundadora de Papastudio y Darío Gaytán Gerente de Proyectos de Inclusión Financiera de Santander Argentina

■ Clara Barthe, Gerenta Incubación y Fortalecimiento del Ministerio de Desarrollo Económico y Producción de GCBA.

Dentro de lo que es la Dirección de Emprendedores del GCBA se trabaja en tres ejes fuertemente: **Formación, promoción y mentoría.**

La promoción hace alusión al desarrollo de eventos y fortalecimiento.

Como parte del trabajo de mentoría se destacan dos programas: **Pacto emprendedor e Incubate.**

“

Dos programas en el que no sólo se trabaja fuertemente con lo que tiene que ver el modelo de negocio, sino lo más interesante que ocurre en esos programas son las redes y las vinculaciones, los accesos a contactos, a compartir buenas prácticas, accesos a proveedores y esas redes que se van generando entre quienes van participando.”

> Pacto emprendedor

Es un programa donde mentores voluntarios acompañan emprendedores en contextos de vulnerabilidad a través de programas de mentoría

> Incubate

Además de acompañamiento de mentoría, también hay posibilidad de acceso a espacio físico o también a un aporte no reembolsable.

Los emprendimientos van desarrollándose y en ese camino de dinamismo se van configurando como negocio, van comercializando con la cadena de valor de las empresas y teniendo acceso a diferentes mercados. Dos ejemplos a compartir:

> Punto 21 digital

Natalia y Horacio Quintana son emprendedores del barrio 21/24, ellos arrancaron en **Pacto emprendedor** y después fueron seleccionados para participar en **Incubate**. Su servicio es la digitalización de documentos, tanto profesionales como a empresas y su equipo de trabajo son jóvenes del barrio. Un aspecto para destacar es que hoy ellos compiten como cualquier otro, brindan ese servicio y lo hacen a empresas, como pueden ser de Agro cómo la PIRIGOYEN, empresas que surgieron también del programa Incubate y lo hacen respetando las mismas reglas y el mismo juego de mercado que las otras.

<https://www.punto21digital.com.ar/>

> BORNA

Fundado por Ignacio Franchini e Ignacio Munaretto. Es uno de los emprendimientos que formaron parte de la

Camada 2018 de IncuBATE. Es una marca de ropa de triple impacto que apuesta a la sustentabilidad en el proceso de confección de sus prendas. Apuestan también a la inclusión social y el cuidado del medioambiente a través del trabajo con Fundaciones, la reutilización de telas de descarte y el uso de packaging biodegradable.

Para lograr este objetivo, generaron una alianza con la Fundación Mediapila, que promueve la inserción laboral de mujeres en situación de vulnerabilidad, capacitándolas en oficios textiles. Además, generaron una alianza con las Fundaciones En buenas manos y Eco inclusión. La primera brinda trabajo a personas con discapacidad y se encarga del proceso de planchado y empaquetado de los productos de la marca. La segunda transforma plástico en materiales constructivos.

<https://www.somosborna.com/>

En base a las diferentes experiencias desarrolladas en conjunto desde el gobierno de la Ciudad, emprendedores y su vinculación en compras inclusivas con las empresas podemos afirmar que:

- > Se visualiza el impacto social, ambiental y económico en cada emprendimiento.
- > La importancia de la articulación como intermediarios a las empresas de impacto que surgen con un propósito.
- > Se realiza un aprendizaje que permite el crecimiento del negocio y refuerza la confianza de los emprendedores al materializarse las compras por partes de las empresas y organizaciones y ser parte de la cadena de valor de las empresas.

|| Candelaria Rueda, Gerenta de producción autogestiva, Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat de la Ciudad.

Desde el Ministerio, trabajamos con las cooperativas en pos de su fortalecimiento y también incorporándolas dentro de la cadena de valor en la compra pública como proveedores de algunos bienes en particular hacia el estado, sobre todo en el sector textil, gastronómico, gráfico, que son sectores muy amplios. Para ello es clave no sólo la convicción del valor de su incorporación sino también todo el acompañamiento para que estén en igualdad de condiciones a la hora de presentar sus propuestas.

En este camino de construcción hemos sido testigos de la capacidad de respuesta, con muchísima calidad y muchísimo impacto en el trabajo. De esta manera se iniciaron distintos diálogos con el sector privado, pudimos ser grandes articuladores y funcionar como puente entre las cooperativas y el sector privado. Este es un trabajo continuo donde vamos identificando y relevando cooperativas, ofreciendo capacitación y brindando herramientas administrativas, contables, financieras, entre otras, con el objetivo de que permanezcan instaladas en las personas y sus cooperativas. Así la contribución se concreta en achicar y cerrar brechas de acceso y conocimientos y de esa forma abrir conversaciones para pensar alternativas con quienes tengan interés de realizar compras inclusivas con el sector de las cooperativas y “Generar ese acercamiento que entendemos, por distintas cuestiones, puede haber un desconocimiento de quiénes producen o qué es una cooperativa y ahí nos interesa generar las vías para acercarse, que puedan conocer quiénes son las personas que producen, que conozcan las cooperativas, estamos también construyendo mucho eso porque entendemos que es muy necesario primero un acercamiento para entender quién está del otro lado, para confiar y apostar por ejemplo, a una compra, que no es para nada menor y tengo que decidir y entender por qué apostar ahí”

“Queremos fuertemente invitar a que se acerquen y conozcan el trabajo de las cooperativas y así bajar muchos de los prejuicios que pueden estar ahí, donde vemos que hay una distribución muchas veces del impacto, del trabajo y de los ingresos con un sector que a veces queda excluido de otros mercados, que buscó una alternativa para organizarse de forma autogestiva y donde ese acompañamiento técnico permite dar el salto para poder generar su unidad de negocios, que con una apuesta o con una confianza que se hace con una compra muchas veces logramos consolidar desde ahí 40 puestos de trabajo de quienes conforman esa cooperativa, y el impacto termina siendo muy grande”.

|| Lorena Nuñez, CoFundadora de Papastudio

Lorena Nuñez junto a Rocío González, en 2015 armaron **PAPASTUDIO**, su estudio de acción de proyectos que acompaña nuevos emprendimientos en diseño y estrategia. Durante 2016 unieron sus marcas de producto bajo la marca PAPA® y definieron un modelo productivo de impacto para potenciar sus marcas y las de otros y así poder facilitar la escala a sus diseños a partir del reúso de materiales. Formaron un equipo de mujeres para accionar proyectos desde el diseño con foco en el triple impacto (social, ambiental y económico), generando trabajo a más de 40 mujeres y produciendo más de 80.000 unidades al año a partir de nuevos descartes.

Lorena comenta que emprender es de alta complejidad en todas partes, más aún en la Argentina y tiene un gran valor emprender desde el propósito. Ella comenta que decidieron ser una empresa para ubicarse en el medio del mercado, con el fin de crear valor sostenido para la sociedad como un propósito o un por qué de hacer productos que involucran en su proceso de producción a mujeres que transitan por una vulnerabilidad económica, con alta potencia y posibilidad de crear y crecer en conjunto. En este camino ellas se dieron cuenta de que existe una mano de obra vacante que no puede siempre acceder a los modos de empleabilidad tradicionales fuera del hogar. Por eso armaron un modelo donde las mujeres trabajan desde sus casas, movilizarse se les hacía complejo ya que muchas de ellas son madres, abuelas y cuidadoras de infancias. De tal modo Papastudio les acerca el trabajo a los lugares donde ellas puedan ser jefas de hogar y trabajar; lo que permite que no tengan más esa vulnerabilidad económica.

“Para nosotras es importante comunicar para contagiar; para emprender con impacto, que tenga una trazabilidad de acciones, que se ponga en agenda para ser un clásico y que se quede en el proceso. Y ofrecemos un producto con propósito e historia. Al comprar nuestros productos le puedes contar a tu público, clientes, proveedores y canales, como lograr mejoras con estas **compras inclusivas**, generando impacto positivo directa e indirectamente.”

En este proceso tenemos muy presente el triple impacto:

> Impactos económicos

Vender a empresas, productos fabricados a partir de descartes semi desarrollados o ensamblados para que las mujeres puedan terminarlos y así venderlos. Sin preocupación de la escalabilidad, ya que a mayor cantidad de compras más mujeres contratadas.

> Impactos sociales

Contratar a mujeres jefas de hogar para desarrollar los productos que ofrecen al mercado.

> Impactos ambientales

Reutilizar descartes ambientales en grandes cantidades y que se pueda utilizar nuevamente, con el fin de contar con materia prima constante.

“Usar el valor del mercado para crear valor sostenido, lo que para algunas personas puede ser descarte, para otras es un picnic”.

Dentro de los prejuicios que se presentan Lorena se hace una pregunta: “Si muchas personas pueden hacer su trabajo en la modalidad homeoffice. ¿Por qué ellas no?. No tienen problemas para estar en sus casas, tienen problemas para salir de casa, muchas de ellas son jefas de hogar”

La sociedad viene pidiendo transparencia en las compras, se pide competir en las mismas instancias del mercado con las mismas oportunidades, por ello “Por acción, convicción, reacción, den el primer empujoncito a las empresas que tienen propósito para las personas y el mundo”

|| Darío Gaytán, Gerente proyectos de inclusión Financiera - Banco Santander

En 2012 el Banco Santander, comienza con el proceso de inclusión en la zona de Gregorio LaFerrere, La Matanza, abriendo una sucursal de integración social con adaptación al territorio y personal de la zona. Fue la primera de 8 que cuentan actualmente. En este camino el primer proyecto inclusivo fue el Call Center (atención con vecinos del barrio, actualmente trabajan 48 personas, en temas de comercio, cobranza). El Banco contrata en igualdad de condiciones en la licitación Financiera, calidad que es la misma que otras organizaciones, contando con excelencia de servicios. Y trabajan tanto con emprendedores/as como cooperativas.

Dentro de las experiencias que podemos compartir una de ellas es el acompañamiento a la Cooperativa La Juanita que lleva 8 años generando empleo, impulsando el emprendimiento y la formación en oficios en el barrio Gregorio LaFerrere, partido de La Matanza. Uno de los emprendimientos es la venta del pan dulce La Dignidad, hecho con receta de Maru Botana y el packaging de Martín Churba. Nosotros desde el Banco pusimos a disposición el marketplace, a través del super club y de esta manera comenzaron a ofrecer el producto de calidad pan dulce. En la plataforma de CRM de clientes, super club comprometidos con sentido, pueden comprar productos con inclusión social. En el 2019 los clientes del banco canjearon, por medio de los puntos de Super Club 14.000 pan dulces; La cooperativa cuenta con puntos de distribución en tiendas de Maru Botana, Fundaciones y tiendas coffee store. Actualmente se encuentran en proceso de pre-exportación de pan dulces a España.

Darío comenta que “la mesa es redonda, en la que nos sentamos a conversar para incluir a personas y vamos cambiando de lugar, es dinámico por suerte y también que al principio había muchos prejuicios sobre esto y este modelo (cooperativas) y transitando el camino nos dimos cuenta de esos prejuicios y vimos cómo podríamos trabajar muy bien en conjunto”

“La articulación pública/privada es fundamental, fue una parte de la curaduría muy buena comenzar en este proceso, nos da tranquilidad como organización”.

|| Virginia Meneghello, Directora Asociada de Nodos Consultora

“La sociedad viene pidiendo transparencia en todas las acciones y también en las compras, se pide competir en las mismas instancias del mercado con las mismas oportunidades y para ello es necesario conocer, informarse y de esa forma ir derribando prejuicios. Cada vez que logramos derribar un prejuicio ganamos todas las personas porque, en primera instancia nos damos la oportunidad de avanzar y abrir la posibilidad de que otros/as muestren la capacidad de inventiva, trabajo y superación que poseen, para demostrarlo necesitan oportunidades. Aquí radica el gran valor de articulación entre Estado, que conoce y realiza la curaduría de las cooperativas, y emprendedores a quienes les brinda herramientas con el objetivo de dejar capacidades instaladas y que les permita competir en igualdad de condiciones”.



Nodos

 NodosConsultora

 info@nodosconsultora.com