

DuPont "SIP Un Vecino que Suma"

Situación

Responsabilidad Social Corporativa

Breve descripción de la empresa:

DuPont Agar Cross es una de las empresas líderes proveedoras de productos agrícolas. Desde hace más de 100 años trabaja directamente con el productor, contribuyendo al aumento de la productividad y manteniendo un fuerte compromiso con la seguridad y la preservación ambiental. La compañía se dedica al desarrollo de defensivos agrícolas, fertilizantes y semillas. Es una de las marcas más tradicionales del sector en que opera y abastece los mercados de Argentina, Chile, Paraguay y Uruguay.

DuPont Agar Cross, como parte del compromiso de Responsabilidad Social de la empresa, desarrolló un programa basado en un fuerte compromiso con las comunidades cercanas a los SIP (Centros Integrales para el Productor), denominado "SIP Un Vecino que Suma".

¿Qué son los SIP?

Los SIP - Soluciones Integrales al Productor

Son los centros de comercialización y asesoramiento que Agar Cross desarrolló para estar más cerca del agricultor en las diferentes regiones productivas del país. En cada uno de los SIP, técnicos especializados aportan las respuestas a las necesidades de los agricultores con productos y servicios específicos para cada región y con el respaldo y experiencia que solo DuPont-Agar Cross brinda.

Identificación del problema / desafío

Principios y Valores que respaldaron la acción implementada

¿Cómo surgió la idea?

- La gran cantidad de escuelas primarias carenciadas que existen en las localidades cercanas a los SIPS impulsó a nuestro personal a comenzar a evaluar opciones de programas sociales en su beneficio. Los empleados vislumbraron que el desarrollo de algún plan de responsabilidad social localizado en estas comunidades facilitaría la integración de DuPont Agar Cross con la misma.

Principio Orientador del Programa

Entendemos que en el corto plazo una solución hubiese sido donar alimentos o dinero para cubrir las necesidades básicas de éstos chicos, pero nuestra estrategia fue focalizarnos en un programa sustentable en el tiempo y con probabilidades de ser replicado en un futuro sin necesidad directa de la compañía. La campaña no buscó hacer caridad, sino contribuir a la educación, formación y mejor calidad de vida de dichas comunidades.

Target

1. Principales objetivos

Objetivos:

- Mejorar la relación con las comunidades, cercanas a los SIP, más allá de una relación comercial.
- Consolidar la integración de nuestras Filiales con las comunidades locales.
- Educar a los chicos en la toma de conciencia de valores respecto del cuidado de nuestros recursos y promover la cultura de respeto al medio ambiente.
- Contribuir económicamente con escuelas y niños carenciados.
- Colaborar con las escuelas en la educación y difusión de la cultura de "agricultura sustentable"
- Lograr altos niveles de compromiso de los empleados de nuestras filiales en las actividades comunitarias y en el sentido de pertenencia tanto a DuPont como a su comunidad.

Acción

2. Descripción de las medidas tomadas

¿Qué es Sip " Un Vecino que Suma"?

Es un programa comunitario de educación y asistencia alimenticia a los alumnos de 5º, 6º y 7º de escuelas primarias carenciadas de distintas localidades del país.

Descripción del proceso

[Cómo se desarrolla el programa y cómo participan los beneficiarios](#)

¿En que consiste el Proyecto ?

Los alumnos de 5º, 6º y 7º grado son capacitados e invitados a realizar una monografía sobre el tema: "el desarrollo de la agricultura sustentable en la región"

¿Cómo es la capacitación a los alumnos?

- Los temas a desarrollar fueron : Suelo , Agricultura Sustentable y Alimentación .
- Se realizó una clase (teórica y práctica) en cada una de las escuelas seleccionadas.
- Se solicita que los alumnos trabajen en grupos para realizar la monografía.
- Los clientes agricultores de cada filial funcionaron como padrinos de cada equipo a fin de evacuar consultas y dudas de los chicos y de unir el proyecto con la participación de los agricultores
- Una vez dadas las charlas y realizadas las monografías se realiza una evaluación de las mismas, para arribar al trabajo que mejor refleje el concepto propuesto.
- El programa contempla una ceremonia de entrega de premios para los chicos, padres, docentes y clientes. En la ceremonia se hace entrega de un diploma y un presente a cada niño (Mochila o Abrigo Polar) como así también del cheque correspondiente a cada escuela.
- Todas las Escuelas seleccionadas reciben al finalizar la implementación del programa, \$ 3.000 como donación para ser utilizado exclusivamente hacia algunos de los siguientes destinos: el comedor escolar, reparaciones edilicias o material didáctico.
- Se realiza un seguimiento de la correcta utilización de los fondos entregados.
- Se contempla una encuesta personal a los maestros y directivos de las escuelas participantes, para conocer el verdadero impacto de esta acción social como así también si existen aspectos a mejorar.

El programa se compone de la siguientes etapas:

- Selección de las localidades en las que se va a implementar (Area de Marketing)
- Relevamiento de escuelas primarias carenciadas con necesidades más urgentes.(Gerentes de Filiales)
- Selección de una o dos escuelas por localidad.(Gerentes de Filiales)
- Reunión con directivos y maestros de las escuelas para proponerles participar del programa y seleccionar los cursos participantes. (Gerentes de Filiales)
- Dictado de la clase a los niños.(Personal de Desarrollo /Técnicos y Gerentes Filiales)
- Realización por parte de los alumnos participantes de una monografía alusiva al tema conversado.(trabajo en grupo de los alumnos con padrinazgo y guía por parte de agricultores que son nuestros clientes)
- Evaluación de los trabajos.(Gtes./Personal de Desarrollo/Area de Marketing)
- Ceremonia de entrega de diplomas y pequeño obsequio a los alumnos participantes, como así también del cheque correspondiente a cada escuela.(Alumnos, Docentes, Directivos, Personal de la Empresa, Clientes, Autoridades Locales, Medios de Difusión Locales)
- Difusión de las actividades realizadas en medios locales.
- Encuesta de satisfacción e impacto en la comunidad.(Area de Marketing – Escuelas participantes).
- Verificación de la utilización de los recursos entregados para los objetivos acordados.(Gtes. De Filiales)

Fases de Ejecución del Programa

1º Fase - 2001 – Piloto en 3 localidades - Implementación de Programa base - Acción compartida de donación y capacitación entre productores y empresa.

2º Fase. 2002 – Implementación de Programa Completo en 10 Localidades –Acción compartida de educación entre clientes, escuelas y empresa – Colaboración económica por parte de la Empresa - Seguimiento y Evaluación -

3º Fase . 2003 – Puesta en Marcha de Programa Completo en 12 Nuevas Localidades –Acción compartida de educación entre clientes , escuelas y empresa – Actualmente en etapa de dictado de clases. Se planea concluir con la 3º fase durante octubre.

4º Fase 2003 – Se planea implementar en las 13 localidades de las fase 1 y 2, la 2º etapa del programa en escuelas secundarias.

Recursos invertidos

Las inversiones realizadas fueron: a lo largo de todas las fases es de: \$ 150.000.

Público Beneficiado

Público Externo :

- Más de 1300 alumnos de 5º, 6º y 7º grado de escuelas carenciadas. Estos niños asisten a escuelas con necesidades en lo referido a material de estudio, mejoras edilicias, y asistencia alimentaria, entre otros.
- Bomberos Voluntarios y Hogar de Niños “Desde el Corazón “de Marcos Juárez, Escuela Especial de San Genaro Norte, La Casa de la Niña, de San Genaro Norte.
- 65 Docentes y directivos de las 26 escuelas participantes.
- Las 25 localidades en las que nuestra empresa tiene sus SIPS (Filiales de Servicio Integral al Productor) en la que están insertas las escuelas donde se llevó a cabo el programa. Estas localidades son en general pueblos o ciudades pequeñas, de características mayoritariamente agropecuarias.
- Clientes que participan como voluntarios de este programa.
- Autoridades de las comunidades mencionadas.

Público Interno:

- 30 Empleados de la Compañía que preparan el material y dictan las clases. Estos empleados participan voluntariamente de esta actividad. Son profesionales, en su mayoría ingenieros agrónomos, y residentes de la localidad con la cual colaboran.

Resultados

3. Resultados obtenidos
4. Conclusiones finales

Estrategias de Evaluación

- Una vez finalizada la implementación del programa en cada escuela, se realizó una encuesta personal a los maestros y directivos de las escuelas participantes, para conocer el verdadero impacto en los niños, los docentes, la escuela y la comunidad, del programa.
- Seguimiento de la correcta utilización de los fondos entregados.

Resultados Obtenidos Aspectos Más Relevantes

1) ¿Qué generó o puede generar el programa en los alumnos?

- Aprender a hacer Investigaciones, Monografías y Presentaciones.
- Toma de conciencia con respecto al cuidado del medio ambiente. Preservación.
- Interés por el desarrollo sustentable de nuestra producción económica basado en los recursos naturales del suelo
- Apertura a la comunidad.
- Interés por continuar estudiando el nivel secundario.
- Compromiso. Trabajo en Equipo.

2) ¿Qué generó en los maestros ?

- Incentivo para motivar a los chicos
- Mayor conciencia de responsabilidad ambiental.
- Participación conjunta con los alumnos en la investigación.
- Actitud abierta y positiva.
- Se sintieron colaboradores directos del desarrollo y mejora de sus respectivas escuelas.

3) ¿Cuál fue el impacto en la comunidad?

- La importancia del cuidado y preservación del medio ambiente.
- Conciencia de la importancia de participar en las actividades de las escuelas.
- Conciencia de la necesidad de las escuelas de recibir apoyo por parte de la comunidades en las que se hayan insertas.
- Mayor conocimiento de la existencia del SIP y de los aportes y tareas que Realiza DuPont.

- Dar conocimiento de las actividades constructivas que lleva a cabo la escuela.

4) ¿Cuál consideraría el aporte MAS IMPORTANTE del trabajo ? (en cualquier aspecto)

- Asegurar la continuidad del funcionamiento de algunas de las instituciones participantes.
- Toma de conciencia de la importancia de preservar el medio ambiente.
- Integración social de la empresa con toda la comunidad.

5) Comentario u Opinión General del Impacto en su Escuela

- La propuesta fue muy interesante.
- El tema fue muy bien abordado.
- Material excelente.
- Excelente motivación y disposición por parte de quienes vinieron a dar las clases.
- Manera clara, sencilla y didáctica de presentar el tema.

6) Destinos del dinero ofrecido a las escuelas

- Material didáctico.
- Mejoras edilicias: rejas para seguridad, terminar 3 aulas.
- Mantenimiento del colectivo que lleva los alumnos a la escuela. Gastos de combustible del mismo.
- Mejorar la calidad educativa a través de la finalización de proyectos como:
 - Club de Lectores
 - Ampliación de Biblioteca
 - Equipamiento sala de Informática
 - Compra de Material para Laboratorio.

OTROS RESULTADOS Y SATISFACCIONES MUY IMPORTANTES

Este programa marcó "una diferencia" en:

- 25 Localidades en 5 provincias
- Más de 1500 chicos y 65 docentes
- Casi 200 proyectos (Monografías, Investigaciones, presentaciones, maquetas, viveros, huertas)
- La participación de más de 50 productores como "Padrinos"

- Fue declarado de “Interés Municipal” en algunas localidades y en otras contó con el reconocimiento oficial no sólo de la comunidad y sus medios, sino también de la Secretaría de Educación.

Opinión de empleados, clientes o públicos relacionados con la empresa respecto del programa.

Empleados

- La opinión de los empleados acerca de la implementación del programa, es altamente positiva, siendo los participantes quienes hicieron la propuesta de continuidad y ampliación del mismo.
- Hoy contamos con una mayor nómina de voluntarios.
- Particularmente los empleados de las Filiales donde se realizó el programa se han visto favorecidos con una más fácil y mejor inserción en sus comunidades.

Clientes

- Por su parte, nuestros clientes que participaron como “Padrinos” de los chicos y /o grupos de trabajo, comentaron que se habían sentido valorados por la empresa por darles la oportunidad de contribuir a la educación de sus niños.

Divulgación

La empresa divulga los resultados del programa a través de distintos medios, dependiendo del público objetivo, a saber :

- Comunidad donde se realiza el programa.
- Medios de difusión locales: Radio, televisión, periódicos.
- Empleados de la Compañía: E- mails. Gacetillas.