

VI Congreso de Ingeniería Industrial COINI 2013
7 y 8 de noviembre de 2013

Centro Tecnológico de Desarrollo Regional
Facultad Regional San Rafael - Universidad Tecnológica Nacional
Los Reyunos, San Rafael, Mendoza, Argentina

LA DIFUSIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA (RSE) EN EL ÁREA ECONOMICA LOCAL DE SAN NICOLÁS.

Gómez, Leonardo¹, Gómez, Carlos¹, Meretta, Javier¹, Cinalli, Marcelo¹; Gallegos, María¹, Frontini, Roman¹

¹Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional San Nicolás.
San Nicolás. Bs As. Argentina. Colón 332. C. P. (2900)
lfgomez@frsn.utn.edu.ar

RESUMEN

El presente trabajo se encuentra en fase de desarrollo. Se centra en el estudio de las experiencias de implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) en la zona delimitada por los partidos de San Nicolás, Villa Constitución y Ramallo (Norte de Bs. As.-Sur de Sta. Fe). Aborda el tema desde una perspectiva interdisciplinaria, tanto desde las Ciencias Sociales y Administrativas como con la visión propia de la Ingeniería como ciencia de alto impacto social implícito, haciendo hincapié en su grado de difusión y arraigo, las percepciones sobre las normas o estándares de RSE en el tejido empresarial, institucional, y social, evaluando su aceptación e impacto en el desarrollo local, con especial énfasis en los principios/guía señalados por la norma ISO 26000 y las normas SGE21. La investigación tiene como objetivos obtener información empírica sobre la implementación de prácticas RSE, conocer mejor a las organizaciones que las impulsaron, aportar datos empíricos a la discusión acerca de su difusión en la Argentina. En síntesis, plantea los siguientes interrogantes: ¿Cuáles serían las prácticas de RSE que predominan?, ¿En qué organizaciones han logrado un mayor impacto? ¿Qué tipo de problemas de aplicación o adaptación tienen? ¿En qué medida son implementadas, se consolidan y tienen algún impacto para las organizaciones y el entorno social en el que pretenden actuar? Para relevar la información se adopta un método mixto (cuantitativo-cualitativo) a través de encuestas, entrevistas con referentes e informantes cualificados sobre RSE, entrevistas en profundidad, grupos focalizados, y estudios de casos relevantes.

ÁREA TEMÁTICA

1. Gestión de la Calidad, Calidad Ambiental y Responsabilidad Social Empresaria,

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Estado Actual del tema

Para conceptualizar la RSE es necesario considerar dos posturas. La primera, la concepción economicista de quien recibiera el premio nobel de economía en 1976, Milton Friedman. En 1970, planteó que *“hay una sola y única Responsabilidad Social de los negocios y es incrementar los beneficios siempre que se permanezca dentro de las reglas de juego, lo cual significa participar en una competencia abierta y libre sin decepción o fraude”*¹. Esta postura, supone a la empresa como una institución económica con responsabilidades económicas, es decir, alcanzar la mayor rentabilidad posible. Por tal razón, tendría una sola responsabilidad social, utilizar sus recursos en forma eficiente y participar en actividades pensadas para maximizar sus ganancias, dentro de las reglas del juego del mercado, las costumbres y las leyes.

El otro enfoque, es el Edward Freeman, quien postuló la Teoría de los Stakeholders. Definió como Stakeholders a aquellos grupos de interés que apuestan a que a la empresa le vaya bien. Dentro de estos grupos hay muchos interlocutores y lógicamente los accionistas no son los únicos. En este caso, la responsabilidad tiene un orden de proximidad y de proporcionalidad. El enfoque, contempla los intereses de los distintos grupos de una organización, y comienza por diferencia aquellos que tienen acciones en la empresa (shareholders) y los otros grupos que tienen interés en las decisiones tomadas en la empresa (stakeholders). Es decir; todos aquellos cuyos intereses son afectados esencialmente por esas decisiones.

Veinticinco años atrás, la RSE era un tema prácticamente desconocido o poco usado en el mundo de las organizaciones y mucho menos en Argentina. A partir de la década del 90, el concepto ganó más popularidad en el mundo.

En nuestro país, la crisis del año 2001, marcó un hecho importante, un punto de inflexión respecto al desarrollo que se venía produciendo. El sector empresarial, producto de una mayor sensibilidad por la situación, asumió más compromisos de su entorno. La ineficiencia del Estado para dar respuestas a las necesidades sociales, permitió que las empresas se transformaran en protagonistas.

Al inicio, las organizaciones reaccionaron brindando soluciones para suplir carencias, a partir de concretas acciones de Responsabilidad Social. Las expectativas de esta sociedad, cada vez más demandante, se canalizaron a través de actividades de carácter filantrópico, de voluntariado y aportando fundamentalmente recursos a tareas específicas realizadas por ONG's. Esta actitud reactiva, se plasmó en acciones a corto plazo².

Los investigadores en el área, notaron que las iniciativas intentaban hacer frente a la emergencia social, dando un paso más de la obligación social a la sensibilidad social. *“La obligación social es el deber de una empresa de cumplir con sus responsabilidades económicas y legales”*. Mientras que la sensibilidad social es la *“capacidad de una empresa de adaptarse a los cambios de las condiciones sociales”*³. Las empresas que impulsan este concepto afín de la Responsabilidad Social se guían por normas sociales para satisfacer necesidades de su entorno inmediato. El interés es asumir compromisos a corto o mediano plazo brindando respuestas inmediatas y poniendo énfasis en los medios⁴.

En el año 2003, el escenario parece iniciar un cambio. En el devenir de este nuevo proceso, algunos trabajos de investigación marcan un nuevo punto de inflexión en las grandes empresas de nuestro país. Lo atribuyen a un cambio del rol asumido hasta ese momento, aunque sin dejar de lado su actividad filantrópica. Las nuevas acciones están orientadas a proyectos que persiguen impactos más sustentables, involucrando a más fiduciarios de la organización. Aparece un enfoque diferente frente a la comunidad. Las compañías, avanzan en la integración de su compromiso con la Responsabilidad Social intentando equilibrar sus acciones de filantropía al negocio. Esta, se logra involucrando más stakeholders de la empresa para sumar las inquietudes de estos y su compromiso por una gestión socialmente más responsable. De esta forma, se ha iniciado el camino con la idea de aplicar una postura socioeconómica de la Responsabilidad Social. Ir más allá de la rentabilidad del negocio para incluir el bienestar de la sociedad persiguiendo metas de largo plazo. Gestando el nacimiento de una nueva relación entre empresa y sociedad.

En el marco de este nuevo paradigma se puede hablar del concepto inversión social, entendido como el uso planificado, controlado y voluntario de recursos privados en proyectos de interés público.

Durante el último período, los modelos, las ideas y las herramientas de responsabilidad social utilizadas en muchas empresas han tenido una importante y acentuada influencia de países limítrofes más avanzados en el tema. Como ejemplo de ello, se puede mencionar La Acción Empresarial en Chile y el Instituto Ethos en Brasil, que se han establecidos como referentes para el desarrollo de Responsabilidad Social Empresaria en nuestro país.

Si bien, las empresas han ido involucrándose lentamente en los temas sociales para resolver las preocupaciones básicas requeridas; la aparición en el contexto de los agentes promotores de RSE, favoreció la creación y aplicación de herramientas y estrategias para satisfacer esta nueva demanda del entorno⁵. La importancia de la participación de estos queda ilustrada en algunos ejemplos:

- Organizaciones de la sociedad civil.
 - El Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE). Queda explícito en la labor que llevó adelante al traducir los indicadores creados por el Instituto Ethos para su distribución en la Argentina.
 - Las ONG's. Con las acciones que ejercen sobre el sistema.
 - Las cámaras empresarias. Aunque el impulso a estas temáticas parece no tener un buen ritmo, un caso interesante es el de la Cámara Argentina de la Industria de la Indumentaria. Integrada por 250 empresas del sector. Su objetivo es trabajar el alcance de la Responsabilidad Solidaria haciendo hincapié en la responsabilidad por la cadena de producción.
- Las Universidades. Incorporando estas temáticas en su currículum, tanto en las carreras de grado como en los postgrados. Actualmente se observa un crecimiento de la oferta para capacitarse.
- El periodismo. Difundiendo artículos y programas televisivos, que dedican espacios centrales para explicar y dar a conocer casos vinculados a la RSE. También se puede incluir a los blogs que comunican información muy valiosa. Existen periodistas especializados, pero aún no hay medios que lideren el tema presentando regularidad en la información.
- El Estado.
 - Organismos de gobierno. Presentando proyectos por parte de los legisladores, a nivel municipal, provincial y nacional. Cabe destacar que, aún no existe una legislación de carácter nacional.
 - El Instituto Nacional de Tecnología Industrial con su programa Compromiso Social Compartido. Otorga certificaciones a las empresas textiles hacia su cadena de valor (talleres proveedores) quienes deben cumplir ciertas condiciones laborales y ambientales.

Este proceso también recibió la influencia a nivel mundial de las actividades desarrolladas de: el OCDE Guidelines, el Global Reporting Initiative (GRI), la Accountability 1000 (AA 1000), la Social Accountability 8000 (SA 8000), las Normas ISO 14000 y 26000. Iniciativas que han dado un estímulo para la incorporación de programas de responsabilidad social empresaria.

En este contexto, un elemento importante a tener en cuenta es la investigación realizada por el el Centro de Estudios de Estado y Sociedad (CEDES). Los autores concluyen que las prácticas más comunes llevadas a cabo en nuestro país, son las acciones benéficas y caritativas, predominando el carácter filantrópico. Muchas veces llevadas adelante de manera poco organizada y dispersa, e incluso distante al planeamiento estratégico, sin reconocer los beneficios inherentes de estas acciones⁶.

Asimismo, otros estudios revelan que aún en aquellas empresas con actividades claramente filantrópicas existe la idea de que la RSE no se limita en esas acciones⁶. Se aprecia, tanto para la organización como para la sociedad, una mayor conciencia de asumir un compromiso significativo para resolver preocupaciones sociales, no solo a corto y mediano plazo, sino en un horizonte más amplio. En este sentido, se puede decir que hay un cambio positivo en algunas empresas al hacerse cargo de las inversiones sociales en lugar de efectuar solo donaciones a terceros. Fundamentalmente estas últimas eran llevadas adelante sin ningún tipo de planeamiento y/o seguimiento sobre como efectivamente se utilizan esos recursos que son transferidos al medio. En cambio, con respecto a la inversión social, las empresas esperan

que la puesta en marcha de estas prácticas impacte positivamente no solo en el otro, sino también en la organización, especialmente en sus finanzas.

Por otra parte, los estudios mostraron que los sistemas organizacionales que van más allá del enfoque clásico de la responsabilidad social (que buscan como meta única la maximización del capital de los propietarios) adoptan con sus stakeholders comportamientos diversos y prácticas muy distintas de RSE entre sí, no solo entre empresas, sino también en una misma empresa a través del tiempo.

Desde nuestra perspectiva, teniendo en cuenta las características de las acciones realizadas en el campo social, se observa que la mayoría de las empresas que aplican prácticas de RSE priorizan y se concentran en las relaciones tendidas con la comunidad, dejando en segundo plano las actividades con otros grupos de interesados: proveedores, clientes, autoridades. Solo un grupo minoritario de empresas presenta la integración de la RSE con la visión, la misión, estrategias, objetivos, políticas y gestión diaria. Manifiestan una alta consideración por los resultados esperados, tanto en la acción implementada como en sus sustentabilidad futura. No obstante, las investigaciones muestran que en ninguna de ellas se evalúa cabalmente el impacto social⁷.

1.2. Marco legal

Con respecto al marco legal, no existe una legislación integral de carácter nacional. En la actualidad, los legisladores municipales, provinciales y nacionales, han presentado proyectos con la intención de legislar la RSE o de brindar un marco para publicar los reportes sociales. Sin embargo, el avance en esta área es aún insuficiente. Se pone de manifiesto que los intentos aún son embrionarios.

Entre los principales avances se puede tomar como ejemplo algunas iniciativas de alcance local y nacional. En primer lugar, mencionamos como referente la Ley N° 2594 de la legislatura de la ciudad autónoma de Buenos Aires. Promulgada el 6 de Diciembre de 2007. A la fecha no se ha puesto en funcionamiento. La misma exige, a grandes rasgos, la presentación de un Balance de Responsabilidad Social y Ambiental. Los aspectos más relevantes son:

- obligatoria para aquellas empresas que tenga más de 300 empleados,
- opcional para el resto de las empresas, con beneficios de tipo financieros para quienes lo realicen.
- La confección del balance se deberá presentar anualmente, con indicadores concretos, objetivos y mensurables.

Un elemento importante a tener en cuenta es que esta Ley menciona que se pueden tomar como guía los indicadores del Instituto ETHOS, GRI y AA1000.

En segundo lugar, se puede citar la Ley Nacional de Ordenamiento del Régimen Laboral N° 25877 del 18 de marzo de 2004. Cabe aclarar que si bien se encuentra vigente, el capítulo referido al Balance Social no fue reglamentado.

Asimismo, se puede sumar el proyecto de Ley Responsabilidad Social Empresaria en el Senado de la Nación, de Leguizamón y Capitanich tendiente a modificar algunos artículos de la Ley N° 25877.

Además, resulta relevante incluir el proyecto de Ordenanza N° 291–CM-08 de la Municipalidad de San Carlos de Bariloche⁸. En este caso, se aprecia que si bien dichas prácticas no deben ser obligatorias, considera que el Estado tiene la tarea de promover el bienestar general y para ello se considera necesario promover la RSE.

Por último, se debe tener presente el artículo 41 de la Constitución Nacional que establece:

“Todos los habitantes gozan del derecho a un ambiente sano, equilibrado, apto para el desarrollo humano y para que las actividades productivas satisfagan las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras; y tienen el deber de preservarlo. El daño ambiental generará prioritariamente la obligación de recomponer, según lo establezca la ley.

Las autoridades proveerán a la protección de este derecho, a la utilización racional de los recursos naturales, a la preservación del patrimonio natural y cultural y de la diversidad biológica, y a la información y educación ambientales.

Corresponde a la Nación dictar las normas que contengan los presupuestos mínimos de protección, y a las provincias, las necesarias para complementarlas, sin que aquéllas alteren las jurisdicciones locales.

Se prohíbe el ingreso al territorio nacional de residuos actual o potencialmente peligrosos, y de los radiactivos”.

Como se puede apreciar, lo expuesto intenta describir el rol del estado para promover y estimular la RSE a través de un marco legal de referencia mínimo.

Después de este desarrollo de la Responsabilidad Social que se ha observado en grandes compañías, pareciera que este enfoque también ha desembarcado en las Pymes. Estas van sumando prácticas socialmente responsables, independientemente de su tamaño y de la limitación de sus recursos¹.

2. OBJETIVOS

Esta investigación se centra en el estudio de las experiencias de implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) en una región local.

Tiene como objetivos obtener información empírica sobre la implementación de prácticas RSE en la zona delimitada por los partidos de San Nicolás, Villa Constitución y Ramallo (Norte de Bs. As. - Sur de Sta. Fe). Conocer mejor a las organizaciones que las impulsaron y aportar datos a la discusión acerca de su difusión en la Argentina.

En síntesis, plantea los siguientes interrogantes: ¿Cuáles serían las prácticas de RSE que predominan?, ¿En qué organizaciones han logrado un mayor impacto? ¿Qué tipo de problemas de aplicación o adaptación tienen? ¿En qué medida son implementadas, se consolidan y tienen algún impacto para las organizaciones y el entorno social en el que pretenden actuar?, ¿a qué postura de la responsabilidad social adhieren?

3. METODOLOGÍA

Como metodología de la investigación exploratoria se aplicó un método mixto (cuantitativo-cualitativo). El estudio implica un proceso de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos para responder a las preguntas de investigación. Se mezcla desde el planteamiento del problema la lógica inductiva y la deductiva. La intención es lograr una perspectiva más precisa del fenómeno social⁹.

La unidad de análisis está constituida por Pymes ubicadas en la zona delimitada por los partidos de San Nicolás, Villa Constitución y Ramallo (Norte de Bs. As.-Sur de Sta. Fe).

Para la recolección de los datos cuantitativos se trabaja con encuestas conformadas, en mayor parte, por preguntas cerradas y algunas abiertas (en aquellas que no se cuenta con información de las posibles respuestas). Los cuestionarios se envían por correo electrónico a las empresas.

Para obtener datos cualitativos se efectúan, entrevistas semi-estructuradas con referentes e informantes cualificados sobre RSE.

Además se efectúan entrevistas abiertas, en profundidad, en aquellos casos que se consideran relevantes para la investigación.

Previamente se elaboró una base de datos que cuenta con la información básica de 300 empresas de diferentes sectores.

Se realizó un relevamiento bibliográfico para establecer el estado del arte del tema.

Se realizaron entrevistas iniciales a potenciales candidatos como una prueba piloto.

4. CONCLUSIONES

La investigación se encuentra en ejecución. Algunos resultados preliminares obtenidos de las entrevistas realizadas en algunas Pymes del rubro de la industria de la indumentaria muestran una simplificación del concepto de RSE al focalizar actividades exclusivamente para construir vínculos con la sociedad. En esas prácticas, todavía prevalece un esquema de poder de quién hace algo por el otro, muchas veces asociado a un pensamiento de remediación de las debilidades de un modelo económico que aún no ha podido satisfacer determinadas demandas de la población. Es decir, actuando desde una mirada muy ligada al asistencialismo, con un fuerte enfoque filantrópico.

5. REFERENCIAS

[1] Friedman, Milton (1970) “The Social responsibility of business is to increase its profits” New York Times Magazine. 13 de septiembre de 1970.

-
- [2] Debeljuh, Patricia (2010). *“Ética Empresarial en el Núcleo de la Estrategia Corporativa”*. Argentina. Primera edición. Editorial CENGAGE Learning. Impreso en Argentina.
- [3] Robbins, Stephen; Coulter, Mary (2005) *“Administración”* Octava edición. México. Editorial Pearson. Prentice Hall. Impreso en México.
- [4] Wartick S.L.; Cochran, P.L. (1985) *“The Evolution of the Corporate Social Performance Model”* Academy Of Management Review. EE.UU.
- [5] Hupperts, Pierre (2008) *“El tango de la Sostenibilidad”*. Argentina. Primera edición. Editorial Temas Grupo Editorial SRL. Impreso en Argentina.
- [6] Sturzenegger, Adolfo; Vidal, Mariano; Sturzenegger, Germán *“Hacia una Cultura de la Responsabilidad Social Empresaria en Argentina”* Argentina. Foro Ecuménico Social. Argentina.
- [7] Volpentesta, Jorge (2012) *“Las Acciones Sociales en Empresas con Responsabilidad Social”*. Visión de Futuro, Vol. 16 N° 2, Julio – Diciembre 2012. Argentina.
- [8] Blazquez, Miguel; Peretti, María Florencia; Buraschi, Mónica; Sedevich Fons, Leonardo; Mondino, Alfredo (2010) *“ Avances de la legislación sobre Responsabilidad Social Empresaria en Argentina”*. Argentina. Cuadernos de Gestión, Vol 10 N° 1
- [9] Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucia, Pilar (2006) *“Metodología de la Investigación”*. Cuarta Edición. México. Editorial McGraw-Hill. Impreso en México.