

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**Responsabilidad Social de las Empresas**

**2010**

Elaborado en el marco del Proyecto de Investigación: “Responsabilidad Social de las Empresas en las PyMEs del Valle Inferior del Río Chubut; como cuestión estratégica de las organizaciones y la comunidad para el desarrollo local”.

Director: Alejandro Torres

Unidad ejecutora: Melina Álvarez, Mariana Del Rio, Ana Cecilia Domínguez, M. Julieta Martin Valle, Federico Prado Suarez

***INTRODUCCIÓN A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA (RSE)***

Actualmente una serie de circunstancias (globalización, contexto económico, social, tecnológico, etc.) crean nuevos desafíos que las organizaciones empresariales deben afrontar y estar preparadas para trascender.

A nivel mundial, mayoritariamente, ya existe una concepción de alta exigencia en materia de compromiso ciudadano por parte de las organizaciones, y eso tiene una repercusión a nivel internacional en gran parte de las instituciones independientemente de su ubicación geográfica.

Una gestión basada en la ética y la responsabilidad social es una respuesta seria y comprometida ante los nuevos y difíciles retos a asumir.

Gran parte de la vida moderna pasa por las organizaciones, el hombre se ve afectado e implicado en ellas para la mayoría de los aspectos sustanciales de su desarrollo, por lo tanto el accionar de dichas entidades tienen un impacto directo en cada una de las personas y en la comunidad en general.

En este trabajo se entenderá por Desarrollo Sustentable, aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer los recursos de generaciones futuras.

La RSE ha adquirido gran relevancia en todas partes del mundo, ocupándose particularmente que las organizaciones empresariales realicen prácticas socialmente responsable.

La relevancia citada en el párrafo anterior, obedece a que se ha puesto a disposición de la mejora de la calidad de vida humana, tanto la ciencia, la política como la cultura.

En este sentido, una gestión social responsable debe contemplar una visión de sustentabilidad equilibrada entre los diferentes intereses en juego, a saber: la generación de riqueza a través de la rentabilidad del negocio, la respuesta hacia el medio ambiente que lo circunda y la equidad social; sin perder de vista la atención en las relaciones con los diferentes stakeholders con los que interacciona.

Han surgido nuevas inquietudes y expectativas en los diferentes stakeholders que se relacionan con las organizaciones modernas, entre ellos se pueden citar a: consumidores, instituciones públicas, sindicatos, proveedores, competidores, grupos de interés especial, medios de información, organismos gubernamentales, instituciones financieras, accionistas y propietarios, empleados y ciudadanía en general.

También los ecologistas preocupados por el cada vez mayor deterioro ambiental, en gran medida producido por los efectos no deseados provenientes de las empresas, han concientizado a gran parte de la comunidad y fortalecido el convencimiento de que es necesario que las organizaciones adopten estrategias que respondan conscientemente a la situación planteada.

En el mismo sentido, la toma de conocimiento de situaciones poco transparentes por parte de empresas reconocidas en el exterior y también en nuestro país, ha puesto en alerta a la comunidad para demandar mayor transparencia por parte de las empresas.

Por otro lado, la RSE permite diseñar y establecer un diálogo productivo entre los tres estamentos fundamentales que tiene una sociedad moderna: el Estado, la Sociedad Civil y la Empresa.

La RSE permite obtener relaciones comunitarias más confiables; a través de un compromiso ético hacia el logro de un desarrollo sustentable; incluyendo los tres aspectos antes mencionados: económico, social y ambiental. Lo cual llevará a la generación de valor; a través del desarrollo de las personas y la gestión adecuada de sus activos.

Algunos de los puntos esenciales dentro una adecuada política de RSE, que luego ampliaremos en el presente trabajo son: compromiso con la comunidad; utilización responsable de los recursos ambientales; respeto por los derechos humanos; gestión eficaz y eficiente; responsabilidad en las decisiones; información oportuna y transparente; sustentabilidad de los negocios a largo plazo;

Las organizaciones que aplican RSE tienen una cosmovisión amplia y que trasciende los problemas coyunturales de corto y medio plazo.

Las organizaciones imperiosamente necesitan incorporar a sus visiones y misiones aspectos de la RSE, para luego a través de un adecuado planeamiento estratégico, llevarlo a cabo desde la formulación de sus estrategias hasta la concreción de las acciones específicas.

Como lo expresa Ignacio Gonzalez García[[1]](#footnote-1): “la comunidad no permanece ausente de este accionar, y constantemente procede a distribuir sus ´dividendos no financieros´. Evalúa, mide, percibe, selecciona, premia, castiga, y a veces adopta posiciones extremas: idolatra y también desprecia”.

La inversión en RSE hay que presupuestarla, costearla y monitorearla como una actividad asumida. Deben desarrollarse también parámetros para medir sus beneficios, los que al principio serán rústicos, para ir perfeccionándose con el tiempo.

En países en vías de desarrollo como es el nuestro aún hoy, la RSE tiene un efecto indirecto muy positivo para las empresas el cual es, que las transforma en mas competitivas; ya que aquellas organizaciones que se encuentran comprometidas socialmente, se diferencian de sus competidoras y adquieren mayor relevancia y clientela más fidelizada.

Una vez que todas -o al menos la gran mayoría- de las organizaciones tomen conciencia del rol esencial que tiene la RSE, ya dejará de ser una ventaja competitiva, para ser un requerimiento de partida para existir.

La RSE es aplicable -y recomendable- para todo tipo de empresas, no importa aquí diferenciar por tipo jurídico, ni tamaño, ni sector al que pertenece.

Especialmente, las PyMEs muchas veces “reniegan” que para su estructura aplicar este tipo de acciones le implica adicionar un costo o gasto mas a su comprometidas finanzas. Sin embargo, una vez que comprenden la sustancia de la temática la abordan como una visión institucional que modifica trascendentalmente su situación en particular. El gran desafío de parte de todos quienes tienen acceso a dichas organizaciones, es el estimular a insertarse en la temática y adoptar convencidamente un rol protagónico en la sociedad en la cual se encuentran insertas.

Además de lo expresado se puede manifestar que la aplicación de estrategias de RSE brinda determinados beneficios a las organizaciones, tal como lo manifiesta el trabajo del Centro de Ética y Ciudadanía Corporativa (CEyCC) perteneciente al Centro de Divulgación del Conocimiento Económico para la Libertad (CEDICE) de Venezuela[[2]](#footnote-2).

Entre los beneficios que enumera el trabajo citado se encuentran: disminución de conflictos; valoración de la imagen institucional y de la marca; mayor lealtad del consumidor; mayor capacidad de reclutar y mantener talentos; flexibilidad y capacidad de adaptación; sustentabilidad del negocio a largo plazo; acceso a mercados y acceso a capitales.

Un empresariado convencido de los beneficios de actuar de manera socialmente responsable, está llamado a liderar el cambio y mejorará la calidad de vida de los habitantes”.

***RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA EN LAS PyMES***

Hoy en día, no se discute la importancia que tienen las PyMES en la economía Argentina y de Latinoamérica en general.

No existen coincidencias estadísticas en la que podamos apoyarnos sobre un dato compartido por las diferentes fuentes, pero en lo que sí hay acuerdo es que la gran parte de la generación de fuente trabajo en nuestro país, está dado por estas pequeñas y medianas empresas.

Por otro lado, cabe destacar la importancia de las pequeñas y medianas empresas en cuanto al aspecto cuantitativo, ya que es el segmento más numeroso de entidades respecto a las denominadas grandes y multinacionales.

Las PyMES tienen un rol sustancial en el tejido económico y social de nuestra región, a tal punto que podemos aseverar que son el motor de generación económico y social prioritario en la generación de valor, riqueza y empleo en nuestra sociedad.

Según el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) en su publicación denominada: Indicadores de RSE para PyMES[[3]](#footnote-3), expresa que: “En Argentina, estas empresas [PyMES] reúnen el 78% de la fuerza de trabajo, generan el 61% del valor bruto de la producción contribuyeron con el 7,8% del 9% del total de los nuevos puestos de trabajo creados en los últimos años (85% del total) y además es el sector que tiene mayor dinámica en el comercio exterior (en los dos últimos trimestres de 2003 las exportaciones de MyPyMES crecieron más que las grandes empresas)”.

En nuestra zona, es muy poca la información disponible acerca del conocimiento por parte de estas organizaciones del concepto de RSE y mucho menos aún sobre las estrategias concretas que cada una utiliza acerca de dicha temática.

Este trabajo, dentro del marco que se ha establecido tiene como objetivo contribuir a aportar algunos elementos, tal vez mínimos respecto al universo total, con la finalidad de servir de disparador para nuevos trabajos futuros que puedan profundizar en cada uno de los aspectos de interés.

***ANTECEDENTES y EVOLUCIÓN RSE***

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) nace -entre otras cosas- como motivo de observar que existe cada vez un mayor desarrollo tecnológico, económico, pero se amplía la pobreza y la desigualdad social.

Se puede mencionar que la RSE data de hace muchísimos años, no obstante no siempre existió tal como la conocemos hoy en día.

Ante de la década del ´50 este concepto era impensado, y las organizaciones empresariales simplemente se dedicaban a maximizar utilidades.

A partir de la década del ´50 se comenzó a pensar -de alguna manera- en la interrelación existente entre las organizaciones empresariales y la comunidad en la cual se encontraban insertas.

Es en la década de los ´70 en donde se reflexiona con mayor fuerza en la necesidad de implicancia por parte de las empresas en las necesidades de la sociedad.

Comienza a reconocerse que la RSE trasciende las obligaciones legales mínimas, que si bien son una condición necesaria no lo son suficiente, y por ende no se puede reconocer como organización responsable socialmente a quien solamente cumpla con el mínimo legal.

En una primera etapa las organizaciones comenzaron a satisfacer mínimamente los requerimientos sociales, a través de la figura de las simples donaciones. Con lo cual el compromiso asumido era escaso, simplemente el poder destinar una parte pequeña de sus fondos para un acción específica y bien circunscripta.

A continuación surgió la filantropía, en donde se sistematizó perfeccionó la etapa anterior, y se buscaba brindar un beneficio hacia la comunidad, estableciendo pautas concretas.

Más adelante, se fue profundizando la relación de las organizaciones con alguno de los stakeholders, principalmente (Accionistas).

Hoy en día, se ha expandido el concepto y se profundiza el compromiso, no solo de donaciones específicas o sistematizadas; sino haciéndose cargo de necesidades más generales de la comunidad y ampliando el número y tipo de stakeholders (incluyendo a los integrantes de las entidades).

Actualmente se comprende a la RSE, como algo que trasciende la obtención de ganancias e incluye la protección y el mejoramiento del bienestar social.

Como lo expresaran los autores de una obra ya citada[[4]](#footnote-4): “a diferencia de la concepción tradicional de la ´filantropía empresaria, que se aplicaba a la acción habitual de realizar donaciones no planificadas -fuera en efectivo o en especie- en apoyo a diversas actividades locales consideradas de interés general para las empresas (como ser de caridad, culturales, educativas, etc), la correspondiente a la ´filantropía estratégica´ significa un cambio de características prácticamente revolucionarias, pues implica pensar de manera estratégica acerca de un retorno previamente proyectado, basado en cómo hacer para optimizar el impacto´ de los recursos y las donaciones que normalmente se aportan a la sociedad y a su entorno.

La filantropía estratégica involucra una alianza entre la empresa y la ´causa´ que va mucho más allá de una simple donación de dinero o especies, materializando un compromiso de mediano y largo plazo, que se caracteriza -entre otras cosas- por el diseño y ejecución de proyectos ambientales y comunitarios, por la ejecución de campañas de marketing con causa social, etc.

Se trata de una manera proactiva de hacer negocios, cumpliendo -además de los objetivos básicos empresariales- con el desarrollo de la sociedad y del entorno, en la creencia que velar por el medio ambiente, el crecimiento, el bienestar y la calidad de vida de las comunidades donde opera, terminará otorgando a la empresa un mayor beneficio final.

La filantropía estratégica se caracteriza por transformar las donaciones en inversiones, generar una ventaja competitiva por ser una organización responsable, fortalecer la reputación general de las empresas, aumentar su grado de credibilidad y ayudar a exteriorizar los valores éticos de cada compañía, mejorando la imagen positiva del empresariado.

A diferencia del marketing social, el énfasis de la filantropía estratégica no está puesto sobre la publicidad sino sobre el verdadero impacto causado por un sinfín de extensiones ejercidas convenientemente sobre la sociedad y el entorno. El dividiendo perseguido en el corto plazo es el de acentuar la buena voluntad comunitaria, en lugar de perfeccionar únicamente la habilidad competitiva de la empresa.

La creación de la forma apropiada de inversión representa un permanente desafío, tanto para la creatividad del donante como para el receptor, ya que ambos deberán identificar sus objetivos y buscar los diferentes medios para lograrlos, lo cual no es una tarea estática, sino de permanente dinamismo.

Dentro de este concepto, las donaciones se dirigen en forma simultánea a diversas metas sociales, medioambientales y económicas, seleccionando áreas del contexto competitivo adonde ambas, corporación y sociedad, terminan beneficiándose mutuamente con los activos y pericias aportados por la empresa”.

En el presente, se entiende al concepto de RSE, no solo como un aporte donativo o filantrópico, sino como una inversión socialmente responsable.

Se trasciende el simple cumplimiento del ordenamiento legal para hacerlo con una faceta de carácter ético.

Se dirige a complementar el cumplimiento de una triple línea básica, que incluye las aristas: Económica, Social y Ambiental; en procura del Desarrollo Sostenible.

A todo esto se le agrega un novedoso concepto que es denominado: Accountability, que se desarrollará más adelante en el presente trabajo.

***DEFINICIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA***

A continuación se transcribirán una serie de definiciones propuestas por diferentes autores e instituciones, los cuales nos darán una pauta inicial, con mayor o menor precisión, respecto a la conceptualización del término en cuestión.

A posteriori, se presentará una definición propia adoptada por el grupo de investigación responsable del presente proyecto de investigación, con el cual el mismo se sienta identificado y considere pertinente para los objetivos trazados para el presente trabajo.

Según Valdemar de Oiveira Neto Director del Instituto ETHOS[[5]](#footnote-5): “Es la capacidad de una empresa de escuchar, atender, comprender y satisfacer las expectativas legítimas de los diferentes actores que contribuyen a su desarrollo”

Guillermo Carvajalino[[6]](#footnote-6): “La Responsabilidad Social comienza donde termina la obligación legal…”

Por su parte, el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE)[[7]](#footnote-7), ha propuesto diferentes conceptualizaciones sobre el término, a saber:

“Aunque no existe una definición única de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), ésta generalmente se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente[[8]](#footnote-8)”.

“La RSE es vista por las compañías líderes como algo más que un conjunto de prácticas puntuales, iniciativas ocasionales o motivadas por el marketing, las relaciones públicas u otros beneficios empresariales”.

“La RSE es un amplio set de políticas, prácticas y programas, que integrados en la operación empresarial, soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración”.

“Es la responsabilidad que tienen las personas instituciones y empresas para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad (local y global)[[9]](#footnote-9)”.

“Es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida”.

“Es cumplir integralmente con la finalidad de la empresa en sus dimensiones económica, social y ambiental en sus contextos interno y externo[[10]](#footnote-10)”.

“Esta responsabilidad lleva, por tanto, a la actuación conciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente, que permite a la empresa ser más competitiva no a costa de, sino respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas, de las comunidades en que opera y del entorno, atendiendo las expectativas de todos su participantes: inversionistas, colaboradores, directivos, proveedores, clientes, gobierno, organizaciones sociales y comunidad”.

“Es la gestión con objetivos y compromisos que sobrepasan el ámbito de supervivencia del propio negocio, ampliándose hacia el ejercicio del papel de agente co-responsable del desarrollo social, político y económico de su ambiente; de la práctica de acciones asociadas a una mejora de la calidad de vida, a una ética en las relaciones y al ejercicio de la ciudadanía, tanto en la empresa como en el ambiente externo[[11]](#footnote-11)”.

“Es el impacto total de la empresa en la sociedad[[12]](#footnote-12)

“Es una forma de gestión que se define por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desenvolvimiento sustentable de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales[[13]](#footnote-13)”.

“La Responsabilidad Social Empresaria es una visión de negocios que integra en la gestión empresarial y en forma armónica el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente[[14]](#footnote-14)”.

“La responsabilidad social empresarial es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados las comunidades y el ambiente[[15]](#footnote-15)”.

“La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asumen las empresas a través de planes estratégicos con las necesidades que emanan de sus políticas internas y externas más allá del beneficio inmediato y la generación de riqueza[[16]](#footnote-16)”.

“La responsabilidad social empresarial se define como la administración de un negocio de forma que cumpla sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa[[17]](#footnote-17)”.

“la RSE implica…lograr éxito comercial en formas que honren los valores éticos y respeto por la gente, comunidades, y el ambiente natural; abordando las expectativas legales, éticas, comerciales, y otras que la sociedad tiene de los negocios, y haciendo decisiones que balancean de modo justo las demandas de todos los grupos involucrados”.

“Aunque no exista una definición única de la Responsabilidad Social Empresarial, ésta generalmente se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSE es vista por las compañías líderes como algo más que un conjunto de prácticas puntuales, iniciativas ocasionales o motivadas por el marketing, las relaciones públicas u otros beneficios empresariales. La RSE es un amplio conjunto de políticas, prácticas y programas que, integrados en la operación empresarial, soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración[[18]](#footnote-18)”.

“La responsabilidad social empresarial es la forma de gestión definida a partir de la relación ética y transparente de la empresa con todos los grupos con los cuales ella está relacionada y por el establecimiento de objetivos empresariales compatibles con el desarrollo social sostenible, conservando recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y fomentando la reducción de las desigualdades sociales[[19]](#footnote-19)”.

“Todo evento o actividad en la que se involucra interna o externamente la empresa, en la búsqueda del desarrollo social sostenible del ambiente y de los seres vivos del planeta[[20]](#footnote-20)”.

“…una empresa socialmente responsable, como aquella que, además del cumplimiento estricto de la normativa laboral vigente, se compromete con acciones y políticas cuyos objetivos sean la inclusión y el desarrollo socioeconómico de su entorno, y la creación y mantenimiento de empleo de calidad, con clara y positiva influencia en su medio[[21]](#footnote-21)”.

“La Responsabilidad Social Empresaria supone una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente, materializándose a través del desarrollo de acciones y programas relacionados con la geografía y la comunidad en la que se encuentra inserta la empresa[[22]](#footnote-22)”.

“Es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores[[23]](#footnote-23)”.

“Es el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida[[24]](#footnote-24)”.

“Es la expresión de compromiso de una empresa con la sociedad y la aceptación de su rol en ella. Esto incluye el pleno cumplimiento de la ley y acciones adicionales para asegurar que la empresa no opera a sabiendas en detrimento de la sociedad. Para ser efectivo y visible, este compromiso debe estar respaldado por recursos, liderazgo y ser medible y medido[[25]](#footnote-25)”.

“Es el operar una empresa de una forma que excede las expectativas generales que la sociedad tiene con relación a las empresas. Es más que una colección de prácticas específicas o iniciativas ocasionales motivadas por razones de marketing, relaciones públicas u otros beneficios para la empresa. Debe ser vista como una serie completa de políticas, prácticas y programas que están integrados en todas las operaciones y políticas de la empresa[[26]](#footnote-26)”.

“Es el compromiso que asumen las empresas con el desarrollo social de la comunidad en que se encuentran insertas, así como con sus trabajadores y empleados, a través de sus planes estratégicos, con las necesidades que emanan de las políticas internas y externas más allá del beneficio inmediato y la generación de riqueza[[27]](#footnote-27)”.

“Es la actitud de una empresa dispuesta a asumir de manera voluntaria y proactiva las obligaciones que contrae con los distintos sectores sociales involucrados en su actividad[[28]](#footnote-28)”.

“Es una filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de la empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de influencia de las empresas[[29]](#footnote-29)”.

“Es el papel que pueden cumplir las empresas, por ejemplo, en la promoción de la salud y la seguridad de sus empleados, la protección del medio ambiente, la reducción del soborno y la corrupción, la respuesta a los desastres naturales, como en asegurar que se respeten los derechos humanos en las comunidades en las cuales operan[[30]](#footnote-30)”.

“La RSE significa desarrollar un nuevo tipo de liderazgo en los negocios, en los gobiernos y en la sociedad civil, con capacidad además para trabajar en red entre ellos[[31]](#footnote-31)”.

“La actuación de la empresa dentro del espacio cívico se traduce en ciudadano corporativo, actor con deberes y derechos cuya acción se orienta en función del espacio público y los problemas de interés general a la comunidad[[32]](#footnote-32)”.

“La responsabilidad social de la empresa se ejerce en ´relación a y con´ otros actores también preocupados por lo público de manera corresponsable[[33]](#footnote-33)

“Es el compromiso continuo de una organización a comportarse de manera ética y contribuir al desarrollo económico de la comunidad y de la sociedad en general, mejorando la calidad de vida del personal y sus familias[[34]](#footnote-34)”.

Luego de recorrer las diversas definiciones brindadas por diferentes autores, como equipo de investigación y para la aplicación concreta en el presente trabajo, hemos configurado la siguiente conceptualización:

La Responsabilidad Social Empresaria está integrada por aquella visión, misión, políticas, programas, estrategias y prácticas; cuya actuación consciente, co-responsable y comprometida estén basadas en el respeto por los valores éticos, personas, comunidades y medio ambiente; produciendo compromiso y confianza, en las dimensiones económica, social y ambiental; con el objeto de procurar un desarrollo humano sostenible y la mejora de la calidad de vida en su conjunto.

***RESPONSABILIDAD SOCIAL INTERNA y EXTERNA***

Así como hemos definido diferentes stakeholders interesados en la aplicación de estrategias de responsabilidad social empresaria internos y externos, de la misma manera entonces podemos hablar de RSE interna y externa.

La Responsabilidad Social Empresaria Interna es la que gestiona de una manera responsable, ética, altruista y solidariamente a los recursos humanos que integran dicha organización.

La Responsabilidad Social Empresaria Externa es la que gestiona las estrategias organizacionales hacia el beneficio de la comunidad en general, incluyendo a todos los stakeholders externos a la entidad, en procura de un desarrollo sustentable en tres áreas: económica, social y medioambiental.

Según el IARSE[[35]](#footnote-35) se puede dividir en:

“INTERNA: accionistas, empleados, proveedores y participantes dentro de la cadena de negocio.

EXTERNA: iniciativas de apoyo a la comunidad, donaciones, responsabilidad medioambiental, etc. Acciones, políticas y programas orientados a la comunidad no relacionados por situación contractual”.

***VISIÓN y RSE***

Toda organización tendría que tener clara cuál es su visión institucional. Es conveniente que esta visión sea conocida por todos los integrantes de la misma, y a su vez que tengan un compromiso y una identidad con dicha visión.

Partiendo de la condición necesaria anterior, es importante que las organizaciones incluyan dentro de sus visiones institucionales el compromiso con la responsabilidad social que se haya adoptado.

La acción de involucrar en la visión los conceptos de RSE implica un compromiso al más alto nivel de decisión y una demostración tácita que dichos elementos son trascendentales y de imprescindible cumplimiento; ya que de otra manera no se obtendrían plenamente las aspiraciones organizacionales.

El hecho de estar presente la RSE en la visión organizacional, transmitirá a la cultura institucional, una filosofía solidaria y humana, que tiña a todas las acciones, estrategias y relaciones dentro y fuera de la entidad.

***ETICA y RSE***

Según el trabajo presentado por el IARSE, en donde se formula la pregunta: ¿una ética para las organizaciones?, se comienza citando a Peter Drucker cuando mencionaba: “Vivimos en una ´sociedad de organizaciones´.

En el mismo trabajo, se cita a Josep M. Lozano[[36]](#footnote-36): “La acción humana es una acción mediada organizativamente, y por lo tanto, parece que pensar éticamente la acción humana, comporta también su especificidad, en tanto que ésta acción se lleva a cabo mediante empresas y organizaciones”.

El mismo autor Lozano[[37]](#footnote-37) indica que: “El origen de la preocupación por la Ética…

En la Década del ´50:

Surge la aparición de un nuevo modelo de empresa:

* Organizaciones multiunitarias
* Diferenciadas de la pequeña empresa tradicional
* Organizaciones formales y jerárquicas complejas
* Las trayectorias de los individuos se transforman en carreras profesionales
* Separación de la dirección y de la propiedad

En síntesis, se da una creciente reflexión ética acerca de la actuación de las grandes empresas y su gestión.

Lozano, indica que: “la preocupación por las consecuencias sociales de la actuación y de la gestión de las empresas…se formuló como: Responsabilidad Social de las Empresas.

Esta nueva perspectiva sobre la empresa, suponía tener en cuenta otras perspectivas e intereses que no fueran sólo los de sus propietarios y directivos.

Se pasa de la persona a la organización en el tratamiento de los problemas, tanto en su enfoque como en la preocupación”.

Según este autor: “El origen de la preocupación por el tema de la ética en las organizaciones tiene 2 fuentes:

* La demanda social
* La presión interna

Surgidas a menudo partir de prácticas o actuaciones de las organizaciones que han sido consideradas inmorales, e incluso escandalosas.

A menudo se ha orientado más a evitar que se repitieran esos hechos que a promover una comprensión alternativa de la práctica de las organizaciones”.

Para finalizar de citar a Josep Lozano, expresa que: “Ética y Responsabilidad Social Empresaria, suponen desarrollar un marco conceptual de fondo… plantear de manera crítica y reflexiva cuestiones que afectan directamente a la vida organizativa:

* La calidad del sujeto que promueve
* La calidad del mundo y de vida que ampara internamente
* La calidad del mundo y de vida que promueve externamente
* La calidad de sus procesos de toma de decisiones
* Los criterios que operan en el establecimiento de sus finalidades y objetivos
* La disposición a modificar preferencias y prioridades
* La capacidad de adoptar también una perspectiva social”

***INDICADORES de RSE***

Los indicadores sirven como una herramienta para que las organizaciones midan la gestión en relación a las estrategias de responsabilidad social empresaria; como así también para la autoevaluación y aprendizaje sobre la materia.

Los indicadores se agrupan en diferentes ítems según quien lo proponga y que elementos se considera dentro la conceptualización del término responsabilidad social.

Entre las áreas que se evalúan se pueden mencionar, sin pretender ser exhaustivos, las siguientes: Valores, Transparencia, Dirección Organizacional; Stakeholders Interno; Medio Ambiente; Proveedores; Consumidores; Clientes; Comunidad; Sociedad; Código de Ética; Balance Social; Condiciones Laborales; Desarrollo y Participación de los Empleados; Inclusión Social; etc.

Como se expresaba anteriormente los indicadores no solo tienen como objetivo la autoevaluación a modo de control, sino también de autoaprendizaje con el objetivo de mejorar aquellas practicas internas y externas que aún se encuentran en una posición de debilidad, respecto a la RSE.

Las necesidades de mejoras de las prácticas de RSE llevadas a cabo dentro de una organización, una vez detectadas, se planifican para luego volcarlas a estrategias adecuadas para tal fin.

A continuación se presenta un modelo de RSE el cual ha sido adaptado de diferentes propuestas realizadas por distintos organismos[[38]](#footnote-38).

En primer lugar, se enumerará las dimensiones que componen el modelo propuesto.

Dimensiones de RSE:

1. Valores y Transparencia
2. Público Interno
3. Medio ambiente
4. Proveedores
5. Consumidores y Clientes
6. Comunidad
7. Gobierno y Sociedad

Gráficamente podemos observarlo de la siguiente manera:

Cada una de estas dimensiones a su vez, pueden ser abiertas en diferentes categorías que las compondrán, para lo cual se desarrolla el siguiente esquema, basado nuevamente en los principales entidades de la región[[39]](#footnote-39)

A continuación se desarrollarán los principales conceptos en cada una de las dimensiones establecidas para la RSE de las organizaciones; para ello se ha basado esta sección en dos trabajos muy importantes[[40]](#footnote-40)-[[41]](#footnote-41)

***Valores y Transparencia***

Los pilares de cualquier organización son los principios y valores; con la finalidad de dar cumplimiento a su visión y misión.

Estos principios y valores deben actuar como guías o derroteros, haciendo explícita la posición ética y social de la entidad con todos aquellos stakeholders con los que se relaciona.

La comunicación y la consustanciación con estos principios y valores resulta de sustancial relevancia para orientar a la institución hacia un fin responsable socialmente.

En esta dimensión uno de los indicadores salientes es la existencia de un código de ética organizacional.

A partir de la existencia del mencionado código de ética, habrá que analizar de qué manera se lo elaboró; es decir si el proceso fue participativo, evaluando detenidamente quienes participaron en dicha preparación.

Por otro lado, también es sustancial analizar que cosas admite y que cosas prohíbe dicho documento.

Es interesante verificar en el código de ética que herramientas incorpora, a los efectos de que cada parte integrante de la entidad, pueda hacer valer los derechos que están establecidos; es decir, que efectivamente el código se aplique y no que quede como una simple declaración de valores teóricos.

Otras cuestiones interesantes para analizar al respecto son: si el código de ética esta en correlato con las normas éticas internacionales; si el compromiso ético asumido en dicho documento es informado a la comunidad en general a través de comunicados institucionales; si se contempla a la totalidad de los stakeholders; si se realizan consultas periódicas (ej: encuestas) sobre el clima organizacional; otro aspecto sustancial es verificar el desempeño ético de los proveedores y diversos abastecedores de la institución, para chequear si están acordes con los valores organizacionales. Si existen personas o cuerpos colegiados dentro de la entidad que llevan adelante la verificación del cumplimiento y la atención a casos concretos relacionados con los valores éticos.

***Público Interno***

En este punto es sustancial que las organizaciones dispongan de estrategias hacia el fortalecimiento de la motivación y el sentido de pertenencia de las personas que las constituyen.

En este sentido, la participación en los ambientes laborales propicia el aprovechamiento sinérgico de las potencialidades individuales, que aunados en un mancomunado trabajo en equipo, contribuyen a la creatividad e innovación; logrando como resultante una alta productividad de los integrantes y una excelencia en las prestaciones institucionales.

En este aspecto es importante tener en cuenta los programas de aprendizaje destinados a sus colaboradores en diferentes temáticas organizacionales: estructura organizativa, procedimientos, estrategias generales, objetivos, metas, estrategias específicas sobre responsabilidad social empresaria, etc.

Es también importante tener disponibles canales de información en los que se permitan receptar las sugerencias, opiniones y aportes por parte de los empleados.

Un tema que hoy en día es muy conocido pero no tan aplicado, es la aplicación de “empowerment” a los empleados. Brindando a través de esta herramienta, la responsabilidad de la toma de decisiones en diferentes ámbitos de su actividad, en donde cada uno libremente puede elegir el mejor camino -según su óptica- generando un clima de amplia participación, y fundamentalmente de involucramiento con la actividad.

Otro tema relevante en este acápite es el de los reconocimientos al personal. Es de gran impacto que la organización cuente con un programa de premios y reconocimiento a quienes hayan realizado significativos aportes a la mejora institucional.

Para aquellas personas que recién se incorporan a la institución, es esencial contar con un programa de inducción organizacional, que permita a los ingresantes rápidamente sentirse parte de la entidad.

Otro aspecto sustancial es el proceso o mecanismo de aprendizaje institucional. En primer lugar, habrá que analizar si nos encontramos ante una organización que aprende o no. Observar el mecanismo del proceso de aprendizaje interno, cuáles son sus prácticas y qué resultados se obtienen.

También referido al público interno, se debe aseverar que las empresas socialmente responsables deben asegurar la igualdad de oportunidades y equidad entre sus colaboradores.

Se debe evitar todo tipo de discriminación en todo momento, sea cual sea el elemento a tener en cuenta (género, raza, religión, edad, origen, situación física, salud, etc).

Las organizaciones socialmente responsables tienen un altísimo respeto por la diversidad del recurso humano, mostrando evidentemente un trato equitativo.

Es este el momento, de plantear un requerimiento necesario y fundamental en la relación con los empleados, que es el de la política salarial.

Las organizaciones socialmente responsables tienen una estructura de remuneración, acorde con los estándares de mercado que permita a sus colaboradores, un nivel de vida adecuado a la dignidad y desarrollo humano.

En cuanto a la asociatividad laboral por parte de los empleados de la organización, aquellas instituciones socialmente responsable no lo ven como una intromisión o un peligro para el desarrollo de sus actividades, sino mas bien como un derecho inherente a la labor, y fortalecen estas acciones, buscando alinear los intereses de todas las partes.

En caso de despidos (individuales o generales), por diferentes razones, especialmente por atravesar momentos de crisis económica generales o sectoriales en particular; las entidades socialmente responsables, informan, dialogan y mitigan al máximo los efectos no deseados de este tipo de medidas.

Otro aspecto sustancial es la de preservar y asegurar la salud y seguridad de los empleados en el ámbito laboral.

Para ello existen diversas estrategias, entre las cuales se pueden citar: desarrollar actividades de entrenamiento regular, y adoptar medidas preventivas para evitar accidentes; tratando de eliminar todas aquellas condiciones que puedan permitir un perjuicio laboral para sus colaboradores.

En relación al tema anterior -código de ética- debe reglarse el aspecto sancionatorio y/o disciplinario.

Bajo ningún aspecto el régimen disciplinario debe contemplar o mínimamente permitir medidas que tengan algún impacto en lo físico o psíquico de los empleados. Se debe erradicar todo tipo de maltrato hacia la persona.

Otro aspecto de sustancial significatividad es la erradicación por parte de las empresas socialmente responsables del trabajo infantil, de acuerdo a normas nacionales e internacionales vigentes.

En síntesis, las organizaciones socialmente responsables aseguran un ambiente de trabajo óptimo, preocupándose por la atracción y mantenimiento de un idóneo talento humano, apuntando permanentemente a la mejora continua del capital humano, estimando a este como el factor estratégico y distintivo por excelencia.

***Medio ambiente***

Las estrategias destinadas a la protección y cuidado del medio ambiente, son una de las partes esenciales que involucran a las organizaciones dentro de la responsabilidad social empresaria.

La magnitud en este sentido puede ser medida tanto en la cantidad de proyectos medio ambientales que se sostienen y apoyan, como en los recursos financieros, humanos y de toda índole que se destinan con esta finalidad.

Complementariamente a lo expresado, las organizaciones como parte de la responsabilidad social empresaria deberían desarrollar actividades de educación ambiental enfocadas en orden de prioridad a los colaboradores, sus familias, proveedores y clientes, la comunidad directamente vinculada con la institución.

En este sentido, es posible medir dicha actividad en función a la cantidad de programas de educación ambiental existente a partir de la decisión organizacional, como así también la cantidad de personas involucradas en dichos programas, y la cuantía financiera aportada.

Por otro lado, las organizaciones deben contar con información sistematizada que le permita evaluar el impacto ambiental de todos los procesos productivos que la misma lleve adelante.

Para ello debe contar con programas ambientales formales y estandarizados, que incluyan el establecimiento de metas, planes de acción y asignación de recursos.

Es imprescindible que particularmente aquellas organizaciones de tipo productivo, realicen inversiones en investigación y desarrollo o utilización de nuevas tecnologías con la finalidad de ahorrar recursos escasos que comparte con el resto de la comunidad.

También se deben tener programas que aborden la problemática del impacto ambiental producido por el producto final que produzca la institución.

En este aspecto, tendrán que medir el impacto ambiental que sus envases, empaques, desechos o cualquier otro elemento necesario pueda tener en el medio ambiente de forma negativa, siendo necesario mitigar -o eliminar- dichos efectos para considerarse que se está actuando socialmente responsablemente.

***Consumidores y Clientes***

Una de las indicaciones en este punto es proveer información clara y precisa, a los efectos que tanto consumidores como clientes puedan tomar decisiones en función a esos datos.

Las organizaciones deben ser sinceras y confiables en la información suministrada a sus clientes y consumidores, esto también está relacionado con el tema de la responsabilidad ética antes tratada.

En otro sentido, las instituciones deben cumplir los estándares de calidad, salud, seguridad y demás requisitos tanto en sus productos como en sus servicios, adoptando medidas preventivas a efectos de evitar riesgos para sus consumidores y clientes; como así también dar una respuesta rápida, solidaria e integral en caso de situaciones críticas.

Las organizaciones que actúan con responsabilidad social poseen estrategias de atención a los requerimientos de sus usuarios y de rápida solución a los problemas que se presenten.

También en correlación con el código de ética honran las promesas y garantías otorgadas a sus clientes.

Las organizaciones socialmente responsable apuntan a la excelencia de sus servicios y productos, manteniendo óptimas relaciones con sus consumidores y clientes, a través de un diálogo permanente.

***Proveedores***

La responsabilidad de las organizaciones, no se agota en su trabajo interno o externo referido a sus exclusivas incumbencias.

Entre otras acciones las organizaciones deben estar muy atentas y verificar periódicamente que sus proveedores también sean socialmente responsables.

Se pueden aplicar diversas estrategias para colaborar con los proveedores y abastecedores, entre ellas se pueden citar: compartir entrenamiento y programas de desarrollo; aprovechamiento de sinergias para la mejora de la competitividad y sostenibilidad; realización de proyectos conjuntos, etc.

***Comunidad***

En este punto se destacan todas aquellas participaciones de las organizaciones en proyectos sociales destinados a mejorar la calidad de vida de la comunidad en la cual se encuentran insertas.

También aquellos proyectos en conjunto con otras organizaciones y entes de la comunidad, con destino a satisfacer determinadas necesidades sociales insatisfechas.

Para que las estrategias hacia proyectos sociales sean sostenibles en el tiempo, es necesario que las organizaciones cuenten con programas preestablecidos, secuenciales y que los mismos tengan un seguimiento continuo.

Por otro lado, también es necesario que se cuente con una política definida para seleccionar los proyectos sociales a apoyar.

Luego de establecer la política antes mencionada, es necesario establecer la cuota presupuestaria que se destinará para tal fin.

Otra arista interesante para que las organizaciones intervengan en apoyo a las necesidades comunitarias, es apoyar y facilitar la participación de sus empleados en proyectos de voluntariado social. En este sentido, las empresas pueden fortalecer la participación de sus empleados, a través de apoyo financiero, reconocimiento específico, premios, etc.

Una derivación en apoyo a la comunidad en la cual las organizaciones se encuentran insertas es el apoyo financiero, de tiempo, o alguna otra variante hacia la protección y respeto del patrimonio socio – cultural de dicha comunidad.

***Gobierno y Sociedad***

Tiene que ver fundamentalmente con que las empresas socialmente responsables deben contribuir a las finanzas públicas en los lugares donde desarrollan sus actividades empresariales a través del cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Otro aspecto a tener en cuenta es el respeto por la propiedad de la ciudadanía local (nativa), especialmente en cuanto al dominio de la tierra de los pueblos originales, lo cual debe formar parte del concepto de responsabilidad social empresaria.

Cuando las posibilidades económicas y financieras de las instituciones lo permitan, éstas deberían contar dentro de sus programas de responsabilidad social empresaria, con la alternativa de apoyar a los gobiernos locales en proyectos destinados a mejorar la educación, salud, seguridad, infraestructura y vivienda de las localidades en donde se desempeñan funciones.

En cuanto al aspecto de la política partidaria, es necesario que las organizaciones que pretenden ser socialmente responsables, tomen distancia en materia política de la vida interna de los partidos, como así también ser muy transparentes y ecuánimes en los apoyos en los momentos de campañas políticas; a los efectos de no mezclar y verse inmersos en situaciones poco claras, que pueden llevar a confusión y fundamentalmente a potenciales conflictos y escándalos públicos.

Otro aspecto sustancial es el cuidado de no realizar actividades en las que se pueda ver envuelta en forma negativa en la prensa por diferentes motivos.

En síntesis, tratar de patrocinar o apoyar -en lo posible- exclusivamente campañas relacionadas con cuestiones de interés público y apoyo comunitario.

***ACCOUNTABILITY***

El término Accountability, se traduce habitualmente como: “rendir cuentas”.

No obstante, la discusión terminológica o semántica; hace referencia fundamentalmente a hacerse responsable de las acciones emprendidas.

En principio se podría argumentar que las organizaciones siempre tuvieron que rendir cuentas de alguna manera.

Lo que ha cambiado a partir de esta concepción de accountability, es esencialmente, la ampliación en el área temática sobre la que hay que rendir cuentas, como así también, los destinatarios a los que se le debe presentar esta rendición.

En este sentido, la responsabilidad de rendir cuentas parte de un proceso integral que comienza con la visión y misión institucional, prosiguiendo con el establecimiento del plan estratégico organizacional, en el cual se tendrá en cuenta la formulación de estrategias de responsabilidad social, hasta el accountability propiamene dicho a los diferentes stakeholders, a través de determinados reportes e informes específicos sobre la materia.

Es muy importante poner énfasis no solo en el contenido de la información que servirá de base para realizar los reportes, sino los canales de comunicación que se utilizarán para llegar a los diferentes destinatarios; como así también ser muy precisos en quienes serán dichos receptores.

Por otro lado, y como en todo proceso administrativo, es imprescindible que este desarrollo sea sistemático y no esporádico, manteniendo una continuidad en el tiempo.

Esta información y procedimiento de rendición de cuentas, tendrá una mayor validez y aprobación en la medida en que la misma tenga algún medio de ser evaluado y aprobado por alguna institución pública o privada que avale la información que el mismo contiene. Adicionalmente es imprescindible, que quienes son sus destinatarios, también por sus propios medios den sus respectivos vistos buenos.

Según el trabajo presentado en el volumen 6 de Forética[[42]](#footnote-42) se expresa que: “No hace mucho Ernst Lighteringen, Consejero Delegado de Global Reporting Initiative, nos comentó que desde su organización habían intentado inventariar las diversas iniciativas existentes a nivel mundial en el campo del accountability, pero que cuando superaron las 350 iniciativas identificadas decidieron finalizar la investigación. En la actualidad existen multitud de iniciativas muy diversas en su enfoque tanto del sector público, como privado como del tercer sector que actúan a nivel local o internacional. Este es uno de los principales problemas en el ámbito del accountability, ya que genera un marco en el que las empresas tienen una gran dificultad para valorar o seleccionar iniciativas relevantes para su organización.

Podemos clasificar las iniciativas existentes en (a) códigos de conducta, con enfoques generales como marcos éticos de conducta para empresas o marcos de RSE; (b) sistemas de gestión y certificación, que proponen procedimientos y procesos que integran ámbitos de RSE y accountability en la gestión de las organizaciones; (c) índices de valoración que en base a cuestionarios e información independiente realizan una valoración sobre las actividades de las empresas en el ámbito de la RSE; (d) marcos de accountability y reporting que presentan directrices y propuestas concretas para la elaboración de memorias

de sostenibilidad; y (e) iniciativas de producto que centran los temas de accountability no en la organización sino en el producto. Es decir, estas últimas como proceso productivo del producto, independientemente de qué empresas hayan participado en el mismo. Cada una de estas categorías tiene una gran cantidad de iniciativas, entre las que podemos destacar algunas:

A pesar de la variedad de enfoques, todas estas iniciativas tienen algunas cosas en común, sobre todo en cuanto a visión, misión y valores. Es decir, detrás de estos instrumentos hay unos valores de responsabilidad y sostenibilidad. De hecho, cada iniciativa puede enfocar con mayor o menor profundidad o de forma más o menos normativa los temas a tener en cuenta, pero los ámbitos de actuación son comunes a todas ellas e incluyen: (1) identidad y gobernanza corporativa, (2) gestión de stakeholders, (3) medio ambiente, (4) prácticas de mercado, y (5) accountability.

***Principios y códigos de conducta***:

Libro verde de la CE sobre RSE.

Global Compact de Naciones Unidas.

Amnesty Internationals Human Rights

Guidelines for Companies.

Ethical Trading Initiative Base Code.

Global Sullivan Principles.

OECD Guidelines for Multinational

Enterprises.

CSR Matrix.

WBCSD Document.

***Sistemas de gestión y certificación***:

SIGMA Project.

SA8000 (Social Accountability).

SGE-21.

Eco-Management and Audit Scheme.

EFQM.

EQUIS.

ISO 9000.

ISO 26000.

***Índices de valoración***:

Dow Jones Sustainability Group Indixes.

FTSE4Good Selection Criteria.

Advanced Sustainable Performance Indices

(ASPI from Vigeo).

European Sustainable and Responsible

Investment Forum (Eurosif).

Marcos de accountability y reporting:

Global Reporting Initiative Guidelines.

Accountability 1000 Series.

HEPS Sustainability Reporting Framework.

AISHE Audit Instrument for Sustainability

in Higher Education.

***Producto***:

Global Ecolabelling Network.

Fair Trade Labelling Organization

International.

EC Flower.

Energy Star.

Clean Clothes Campaing.

Como se podrá observar existe una innumerable gama de posibilidades para atender al tema de referencia.

Los citados autores[[43]](#footnote-43) expresan que respecto a la accountability el GRI es el marco comúnmente aceptado por la mayoría.

El GRI es una organización cuya denominación es: Globarl Reporting Initiative, que tiene sede en Holanda, cuyo principal objetivo es la estandarización de memorias por parte de las organizaciones que tengan en consideración un aspecto tripartito a saber: económica, medioambiental y social.

En el artículo citado, se mencionan las principales directrices que el GRI enumera, siendo los mismos los siguientes:

**Directrices GRI-Principios**

1. Transparencia: información de todos los procesos, procedimientos y asunciones en la preparación de la memoria.

2. Participación: la organización debe movilizar a sus stakeholders para mejorar la calidad de los informes.

3. Verificación: la información y datos deben ser incluidos y analizados de forma que puedan ser verificados por auditores internos o externos.

4. Información completa: toda la información pertinente para evaluar el funcionamiento económico, medioambiental y social de la organización en el periodo debe incluirse en la memoria.

5. Relevancia: grado de importancia asignado a un aspecto o indicador específico.

6. Contexto: la organización debe intentar analizar sus prácticas en base al contexto en el que se encuentra de forma que la información adquiera un mayor sentido.

7. Exactitud: conseguir un grado suficiente de exactitud para permitir a los usuarios tomar decisiones basadas en la información con un alto grado de seguridad.

8. Neutralidad: las memorias deben intentar no ser parciales en la presentación de la información para presentar una muestra equilibrada de la situación de la empresa.

9. Comparabilidad: la organización debe intentar mantener una consistencia en sus informes, informando sobre cualquier cambio.

10. Claridad: la organización debe ser consciente de la diversidad de sus stakeholders y presentar la información de forma que sea accesible al mayor número de ellos.

11. Tiempo: presentar la información de forma periódica en el momento en que es de mayor utilidad para sus usuarios.

A estos indicadores se le agregan algunos relacionados con los tres pilares antes mencionados: económicos, medioambientales y sociales, según el siguiente esquema:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Rendimiento económico*** | ***Rendimiento medioambiental*** | ***Rendimiento social*** |
| Impactos directos e indirectos sobre  stakeholders, como clientes, proveedores,  empleados, inversores o sectorpúblico,  entre otros (dependen de cada organización):  · Impactos directos: medición de los flujos  monetarios entre la organización y  sus stakeholers, e indicar como la organización afecta  a la economía de éstos.  En este ámbito los indicadores se centran  en datos como ventas netas, compras  a proveedores, salarios y beneficios,  Distribución de proveedores, etc.  · Impactos indirectos: externalidades,  costos y beneficios que se generan a  partir de una transacción y que no se reflejan  en la misma. En este ámbito las  directrices no fijan ningún indicador  específico, sino que aconsejan que cada  organización identifique y analice los suyos. | Materiales  Energía  Agua  Biodiversidad  Emisiones y desperdicios  Proveedores  Productos y servicios  Cumplimiento  Transporte  Global | Prácticas laborales y trabajo decente:  · Empleo  · Relaciones laborales  · Salud y seguridad  · Formación y desarrollo  · Diversidad y oportunidad  Derechos humanos:  · Estrategia y gestión  · No discriminación  · Diálogo social  · Trabajo infantil  · Trabajo forzado  · Prácticas disciplinarias  · Seguridad  · Derechos indígenas  Sociedad:  · Comunidad  · Corrupción  · Contribuciones políticas  · Competencia y precios  Responsabilidad de producto:  · Seguridad consumidores  · Productos y servicios  · Publicidad  · Derecho a la privacidad |

***BALANCE SOCIAL***

Hoy en día, si bien la mayoría de las organizaciones informan a todos los interesados en las actividades de la misma a través de estados contables y patrimoniales, en general estos son de tipo financiero; es decir solo se presenta una arista de la amplia gama en la cual incursiona la institución.

Es por ello que surgen otras áreas de interés por parte de los diferentes stakeholders, como se ha venido expresando en el presente trabajo, entre ellas las medioambientales y las sociales.

En este sentido, es que surge la figura de un nuevo instrumento de información, cuyo reporte tiene en cuenta los aspectos sociales y medioambientales, que se encuentran ausentes en los actuales informes financieros, estamos hablando del balance social.

El balance social según lo expresan las contadoras Geba y Fernández Lorenzo[[44]](#footnote-44) “…se lo considera como el informe que emite una organización, cuya finalidad es brindar información metódica y sistemática referida a la responsabilidad social asumida y ejercida por ella. Constituye una herramienta para informar, planificar, evaluar y controlar el ejercicio de dicha responsabilidad”.

También se informa que todo balance social es un informe social, mientras que no todos los informes sociales son balance social, en términos contables y según la información contenida en cada uno de ellos.

El balance social es complementario al balance económico-financiero, otorgando un plus sustancial de información para el ente y los interesados en el mismo.

Este novedoso instrumento es una herramienta de gestión sustancial que permite a las organizaciones que lo elaboran, no solo reportar sus acciones relacionadas con las acciones de responsabilidad social realizadas, sino que es un dispositivo de gestión que permite revisar la política de responsabilidad social, coadyuvando al perfeccionamiento del planeamiento estratégico en esta materia.

Muy gráficamente Rocha[[45]](#footnote-45) expresa que: “El Balance Social debe ser visto como un **documento de rendición de cuentas al mercado y a la sociedad, transmitiendo credibilidad, claridad y consistencia**, recordando siempre que el principio básico no es que todos lean las minucias del documento sino que cada público encuentre la información que pueda mejorar su relación con la empresa.  
Por lo tanto, el verdadero Balance Social no debe ser una “colcha de retazos”, sino una **posibilidad de diálogo, una directriz, una memoria estadística, un instrumento de gestión”**.

A continuación se exponen algunos modelos de balance social, dejando expresamente aclarado que no son los únicos, aunque parecen ser los más representativos y citados por los principales autores de la temática. También se quiere dejar expresado que se mostrarán los aspectos salientes partiendo los requisitos de un informe de responsabilidad social empresaria, incluyendo aspectos específicos correspondientes al balance social como parte de aquellos.

***Modelo del ETHOS***

Tiene como aspectos salientes:

* Presentación
  + Mensaje del Presidente
  + Perfil del Proyecto
  + Sector de la Economía
* Parte I: La Empresa
  + Histórico
  + Principios y Valores
  + Estructura y Funcionamiento
  + Gobierno corporativo
* Parte II: El Negocio
  + Visión
  + Diálogo con Partes Interesadas
  + Indicadores de Desempeño
    - Indicadores de Desempeño Económico
    - Indicadores de Desempeño Social
    - Indicadores de Desempeño Ambiental
* Anexos:
  + Demostrativo del Balance Social (modelo IBASE)
  + Iniciativas de Interés del a Sociedad (Proyectos Sociales)
  + Notas Generales

***Modelo IBASE (Balance Social Consolidado)***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Base de Cálculo | | Año 2 (Millones de $) | | | | Año 1 (Millones de $) | | |
| Ingresos de Explotación | |  | | | |  | | |
| Margen de Explotación | |  | | | |  | | |
| Libro de Remuneraciones | |  | | | |  | | |
| **Indicadores Sociales Internos** | **Valor ($)** | | % s/remunerac | % s/ ingresos | Valor $ | | % s/remunerac | % s/ ingresos | |
| Alimentación |  | |  |  |  | |  |  | |
| Contribuciones sociales obligatorias |  | |  |  |  | |  |  | |
| Previsión |  | |  |  |  | |  |  | |
| Salud |  | |  |  |  | |  |  | |
| Seguridad y medicina en el trabajo |  | |  |  |  | |  |  | |
| Educación |  | |  |  |  | |  |  | |
| Cultura |  | |  |  |  | |  |  | |
| Capacitación y desarrollo profesional |  | |  |  |  | |  |  | |
| Compensaciones por resultado |  | |  |  |  | |  |  | |
| Otros |  | |  |  |  | |  |  | |
| **Total Indicadores Sociales Internos** |  | |  |  |  | |  |  | |
|  | |  |  |  | |  |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Indicadores Sociales Externos** | **Valor ($)** | % s/remunerac | % s/ ingresos | Valor $ | % s/remunerac | % s/ ingresos |
| Educación |  |  |  |  |  |  |
| Cultura |  |  |  |  |  |  |
| Salud e higiene |  |  |  |  |  |  |
| Vivienda |  |  |  |  |  |  |
| Deporte |  |  |  |  |  |  |
| Actividades Recreativas |  |  |  |  |  |  |
| Guardería |  |  |  |  |  |  |
| Alimentación |  |  |  |  |  |  |
| Otros |  |  |  |  |  |  |
| Total de contribuciones a la sociedad | | | | | | |
| Impuestos (excluidas contribuciones sociales) |  |  |  |  |  |  |
| Total indicadores sociales externos | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Indicadores Ambientales** | **Valor ($)** | % s/remunerac | % s/ ingresos | Valor $ | % s/remunerac | % s/ ingresos |
| Relacionados con la operación de empresa |  |  |  |  |  |  |
| En programas o proyectos externos |  |  |  |  |  |  |
| Total de inversiones en medio ambiente |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Indicadores de RRHH*** |  |  |
| Nro. de empleados al final del período |  |  |
| Nro. de contrataciones durante el período |  |  |
| Nro. de empleados externos |  |  |
| Nro. de empleados mayores de 45 años |  |  |
| Nro. de mujeres que trabajan en la empresa |  |  |
| % de cargos de jefatura ocupados en la empresa |  |  |
| Nro. de afro brasileños que trabajan en la empresa |  |  |
| Nro. de cargos de jefatura ocupados por afro brasileños |  |  |
| Nro. de empleados discapacitados |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Información sobre el ejercicio de la ciudadanía empresarial*** |  | | |  | | |
| Relación entre la mayor y menor remuneración dentro de la empresa |  | | |  | | |
| Número total de accidentes de trabajo |  | | |  | | |
| Los proyectos sociales o ambientales desarrollados por la empresa, fueron definidos por | Directorio | Directorio y Gerentes | Todos los empleados | Directorio | Directorio y Gerentes | Todos los empleados |
| Políticas de seguridad y salud en el ambiente de trabajo, fueron definidas por: | Directorio | Directorio y Gerentes | Todos los empleados | Directorio | Directorio y Gerentes | Todos los empleados |
| Lo que la previsión privada contempla, fue definido por: | Directorio | Directorio y Gerentes | Todos los empleados | Directorio | Directorio y Gerentes | Todos los empleados |
| La participación por resultados fue definida por: | Directorio | Directorio y Gerentes | Todos los empleados | Directorio | Directorio y Gerentes | Todos los empleados |
| En la selección de los proveedores se contemplan las mismas políticas éticas y de RSE adoptadas por la empresa | No son consideradas | Son sugeridas | Son exigidas | No son consideradas | Son sugeridas | Son exigidas |
| En cuanto a la participación de los empleados en programas de trabajo voluntario | No se realiza | Apoya | Organiza e Incentiva | No se realiza | Apoya | Organiza e incentiva |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Otras informaciones |  |  |
|  |  |  |

***Modelo GRI – 2002***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | ***Categoría*** | ***Aspecto*** |
| ECONÓMICOS | Impactos Económicos directos | Consumidores  Proveedores  Trabajadores  Sector Público  Proveedores de Capital |
| MEDIOAMBIENTE | Medioambiente | Materiales  Energía  Agua  Biodiversidad  Emisiones, emanaciones y desechos  Proveedores  Productos y Servicios  Transporte  Facilidades  General |
| SOCIALES | Prácticas Laborales | Empleabilidad y Trabajo  Relaciones industriales  Salud y seguridad  Capacitación y educación  Diversidad y oportunidades |
| Derechos Humanos | Estrategia y administración  No discriminación  Libertad de asociación y de negociación colectiva  Trabajo infantil  Trabajos forzados  Prácticas disciplinarias  Prácticas de seguridad  Derechos indígenas  General |
| Sociedad | Comunidad  Fraudes y corrupción  Contribuciones políticas  Competencia y precio |
| Responsabilidad sobre el producto | Salud y seguridad de consumidores  Información de sus productos y servicios  Publicidad  Respeto a la privacidad |

***ENTIDADES RELACIONADAS CON RSE***

A continuación se exponen las denominaciones y en algunos casos las direcciones electrónicas de entidades nacionales y extranjeras, que se relacionan directa o indirectamente con el tema de la Responsabilidad Social Empresaria.

***Argentina***

*Entidades especializadas*

* ACDE ([www.acde.org.ar](http://www.acde.org.ar))
* INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA – IARSE ([www.iarse.org](http://www.iarse.org))
* CENTRO DE DERECHOS HUMANOS y AMBIENTE – CEDHA ([www.cedha.org.ar](http://www.cedha.org.ar))
* FUNDACIÓN TUCUMÁN ([www.fundtuc.org](http://www.fundtuc.org))
* UNIVERSIDAD DE SAN ANDRÉS / PROGRAMA de RSE ([www.udesa.edu.ar](http://www.udesa.edu.ar))
* PROÉTICA ([www.poretica.uccor.edu.ar](http://www.poretica.uccor.edu.ar))
* AMCHAM – Argentina ([www.amcham.com.ar](http://www.amcham.com.ar))
* FORO DEL SECTOR SOCIAL ([www.forodelsectorsocial.org](http://www.forodelsectorsocial.org))
* INSTITUTO PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE ARGENTINA - IDEA ([www.ideared.or](http://www.ideared.or))
* CENTRO DE ESTUDIOS DE ESTADO y SOCIEDAD - CEDES - ([www.cedes.org](http://www.cedes.org))
* CENTRO PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL ([www.interrupción.net)](http://www.interrupción.net))}

*Iniciativas y reportes*

* GRI: GLOBAL REPORTING INITIATIVE ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org))
* SA 8000: SOCIAL ACCOUNTABILITY 8000
* PACTO GLOBAL DE LAS NACIONES UNIDAS: ([www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org))

Algunas empresas con prácticas de RSE

* Arcor ([www.arcor.com.ar](http://www.arcor.com.ar))
* Quilmes ([www.quilmes.com.ar](http://www.quilmes.com.ar))
* Repsol YPF ([www.repsolypf.com](http://www.repsolypf.com))
* Unilever Argentina ([www.unilever.com.ar](http://www.unilever.com.ar))

***Brasil***

*Entidades especializadas*

* INSTITUTO ETHOS ([www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br))
* GRUPO DE INSTITUTOS, FUNDACIONES y EMPRESAS - GIFE ([www.gife.org.br](http://www.gife.org.br))
* INSTITUTO AKATU ([www.akatu.net](http://www.akatu.net))
* FUNDACIÓN ABRINQ ([www.abrinq.org.br](http://www.abrinq.org.br))

Algunas empresas con prácticas de RSE

* Natura ([www.natura.net](http://www.natura.net))
* Banco Real ABN AMOR BANK ([www.bancoreal.com.br](http://www.bancoreal.com.br))
* GERDAU ([www.gerdau.com.br](http://www.gerdau.com.br))
* PETROBRAS ([www.petrobras.com.br](http://www.petrobras.com.br))

***Canadá***

*Entidades especializadas*

* CANADIAN BUSINESS FOR SOCIAL RESPONSIBILITY ([www.cbsr.ca](http://www.cbsr.ca))

***Chile***

*Entidades especializadas*

* UNIÓN SOCIAL DE EMPRESARIOS Y EJECUTIVOS USEC ([www.usec.cl](http://www.usec.cl))
* FORUM EMPRESA ([www.empresa.org](http://www.empresa.org))
* FUNDACIÓN PROHUMANA ([www.prohumana.org](http://www.prohumana.org))
* FUNDACIÓN ACCIÓN EMPRESARIAL ([www.accionempresarial.cl](http://www.accionempresarial.cl))
* SOCIEDAD DE FOMENTO FABRIL -RESPONSABILIDAD SOCIAL SOFOFA-RS ([www.sofofa.cl/social/presentacion/intro.htm](http://www.sofofa.cl/social/presentacion/intro.htm))
* VINCULAR RSE – PONTÍFICA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAISO ([www.vincular.org](http://www.vincular.org))

*Institucionalidad Pública*

* CORFO ([www.corfo.cl](http://www.corfo.cl))
* INSTITUTO NACIONAL DE NORMALIZACIÓN ([www.inn.cl](http://www.inn.cl))
* COMISIÓN NACIONAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA ([www.conicyt.cl](http://www.conicyt.cl))

***Colombia***

*Entidades especializadas*

* CENTRO COLOMBIANO DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL (CCRE) ([www.ccre.org.co](http://www.ccre.org.co))
* ASOCIACION NACIONAL DE INDUSTRIALES (ANDI) ([www.andi.com.co](http://www.andi.com.co))
* CONFECAMARAS ([www.confecamaras.org.co](http://www.confecamaras.org.co))
* INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS y CERTIFICACIÓN (ICONTEC) ([www.icontec.org.co/homember.asp](http://www.icontec.org.co/homember.asp))
* INICIATIVA DE EMPRENDIMIENTOS SOCIALES (IESO). FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN UNIVERSIDAD DE LOS ANDES (http://administración .uniandes.edu.co/ieso/)

***E.E.U.U.***

*Entidades especializadas*

* BUSINESS FOR SOCIAL RESPONSIBILITY ([www.bsr.org](http://www.bsr.org))
* PRINCE OF WALES INTERNATIONAL BUSINESS LEDADERS FORUM ([www.csrforum.com](http://www.csrforum.com))

***Europa***

*Entidades especializadas*

* CSR EUROPE ([www.csreurope.org](http://www.csreurope.org))

***El Salvador***

*Entidades especializadas*

* FUNDACIÓN SALVADOREÑA PARA EL DESARROLLO FUSADES ([www.fusades.com.sv](http://www.fusades.com.sv))
* FUNDEMAS ([www.fundemas.org](http://www.fundemas.org))

***Guatemala***

*Entidades especializadas*

* AGEXPRONT ([www.agexpront.org.gt](http://www.agexpront.org.gt))
* FUNDAZÚCAR ([www.fundazucar.org](http://www.fundazucar.org))
* CENTRARSE EN GUATEMALA ([www.centrarse.org](http://www.centrarse.org))
* INSTITUTO DE PRODUCTIVIDAD CON RESPONSABILIDAD SOCIAL (IPRES) ([www.ipres.org.gt](http://www.ipres.org.gt))

***Inglaterra***

*Entidades especializadas*

* SOCIETY AND BUSINESS ([www.societyandbusiness.gov.uk](http://www.societyandbusiness.gov.uk))
* ACCOUNTABILITY ([www.accountability.org.uk](http://www.accountability.org.uk))

***México***

*Entidades especializadas*

* UNIÓN SOCIAL DE EMPRESARIOS DE MÉXICO ([www.usem.org.mx](http://www.usem.org.mx))
* CENTRO MEXICANO DE FILANTROPÍA ([www.cemefi.org](http://www.cemefi.org))
* ALIANZA MEXICANA POR LA RSE ALIARSE ([empresa@cemefi.org](mailto:empresa@cemefi.org))
* INSTITUTO PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL IDEA, UNIVERSIDAD ANAHUAC ([www.anahuac.mx/idea/](http://www.anahuac.mx/idea/))

***Panamá***

*Entidades especializadas*

* CEDIS ([www.cedis.org.pa](http://www.cedis.org.pa))

***Perú***

*Entidades especializadas*

* PERU 2021 ([www.peru2021.org](http://www.peru2021.org))
* LA CADENA PRODUCTIVA SOSTENIBLE PERU 2021 ([www.peru2021.org](http://www.peru2021.org))
* EL PROYECTO ALIANZAS ESTRATÉGICAS Y RSE ([www.avina.net](http://www.avina.net))
* PROGRAMA PERUPROMESA –UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO ([www.up.edu.pe/perupromesa/default.htm](http://www.up.edu.pe/perupromesa/default.htm))
* PERÚ AL MUNDO ([www.perualmundo.org.pe](http://www.perualmundo.org.pe))

***Paraguay***

*Entidades especializadas*

* PROYECTO RSE – PARAGUAY ([www.rse.org.py](http://www.rse.org.py))

***Uruguay***

*Entidades especializadas*

* ACDE ASOCIACIÓN CRISTIANA DE DIRIGENTES DE EMPRESA ([www.acde.org.uy](http://www.acde.org.uy))
* DERES ([www.deres.org.uy](http://www.deres.org.uy))
* CEMPRE URUGUAY – COMPROMISO EMPRESARIAL PARA EL RECICLAJE ([www.cempre.org.uy](http://www.cempre.org.uy))

***Venezuela***

*Entidades especializadas*

* ALIANZA SOCIAL – AMCHAM ([www.venamcham.org/Alianza/alianza.html](http://www.venamcham.org/Alianza/alianza.html))

***Alianza hemisférica de empresas***

* EMPRESA ([www.empresa.org](http://www.empresa.org))
* THE WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT (WBCSD) ([www.wbcsd.org](http://www.wbcsd.org))
* BUSINESS PARTNERS FOR DEVELOPMENT ([www.bpdweb.org](http://www.bpdweb.org))
* CODES OF CONDUCT ([www.codesofconduct.org](http://www.codesofconduct.org))

Responsabilidad Social de las Empresas

Responsabilidad Social de las Empresas en las PyMEs del Valle Inferior del Río Chubut; como cuestión estratégica de las organizaciones y la comunidad para el desarrollo local

RESULTADOS DEL ESTUDIO DE CAMPO

2010

Director: Mg. Alejandro J. Torres

Facultad de Ciencias Económicas - UNPSJB

01/12/2010

***INTRODUCCIÓN***

El desarrollo de la presente sección fue efectuado en base al trabajo realizado en forma anual por TNS-Gallup y la Universidad de San Andrés a partir de una iniciativa de la Fundación IRSA, el Foro del Sector Social, la Universidad citada. Es por ello, que se sigue mayoritariamente la estructura de dicho trabajo, aunque con algunos cambios propios del presente trabajo.

Esta sección presenta los principales resultados del trabajo de campo realizado durante el año 2009, para dar cumplimiento a los objetivos del proyecto.

A tal fin se realizó una encuesta a ochenta empresas con características PyMEs del Valle Inferior del Río Chubut para indagar en general el estado de conocimiento en la zona del concepto de responsabilidad social empresaria; el grado de implementación en caso de efectuar prácticas en dicho área y demás elementos sustantivos sobre la temática abordada.

Como se expresa en la página 4 del presente documento referido a las motivaciones para llevarlo a cabo, se resalta particularmente la importancia que ha adquirido el tema de la responsabilidad social empresaria en la actualidad, respecto a la imperiosa necesidad de las organizaciones de formular y realizar estrategias con la mayor preocupación posible por los compromisos éticos para con la sociedad, los diversos stakeholders, entre los cuales se resaltan -fundamentalmente- los propios miembros integrantes de dichas entidades. Sirva, en este sentido, este trabajo como modesto aporte inicial para comenzar a instaurar con mayor fuerza la temática central entre las prioridades de las instituciones locales.

Por otro lado, entre las motivaciones citadas se hace referencia a la formación de recursos humanos, lo cual ha sido el segundo elemento sustancial del presente trabajo; en donde, los integrantes de la unidad ejecutora han participado, debatido y estudiado en profundidad la temática abordada; lo cual deja una riqueza personal muy sustancial al finalizar la tarea.

La presentación de este informe final, no se lo toma como punto de llegada, sino como puntapié inicial para constituirse en la base de futuras investigaciones que profundicen y mejoren la información aquí expuesta.

Por último, cabe mencionar que la realización de la presente investigación ha sido posible gracias a la posibilidad brindada por la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, a través de la aprobación realizada por el Honorable Consejo Directivo (ex Consejo Académico), como así también por el Honorable Consejo Superior. En el mismo sentido cabe expresar el agradecimiento a las cincuenta y seis organizaciones que brindaron su tiempo e información para dar respuesta a la extensa encuesta, como así también a las veinticuatro empresas que por carecer de tiempo y/o estructura organizacional, atendieron al equipo de investigación pero no pudieron brindar su información. Finalmente, al grupo que integro la unidad ejecutora, quienes desinteresadamente realizó el trabajo, distrayendo muchas horas y esfuerzo de sus tareas habituales.

***LIMITACIONES DEL ESTUDIO***

En principio cabe mencionar que el presente trabajo no pretende ser representativo de todas las pequeñas y medianas empresas del Valle Inferior del Río Chubut, por cuanto en primer lugar, solo se ha podido acceder a un número limitado de las mismas -ochenta- las cuales no fueron seleccionadas por su representatividad del universo, como así también por la respuesta obtenida -cincuenta y seis- que representa un setenta por ciento, lo cual no obstante es un alto registro en concepto de tasa de respuesta para estudios de similares características.

La distribución según segmento de cada organización que dio respuesta al cuestionario, es la siguiente:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | |  |  | | --- | --- | | TIPOS ORGANIZACIONES |  | | Comercio | 42 | | Industria | 4 | | Servicio | 8 | | C/I | 2 | | TOTAL | 56 | | | |  |  | |  |  | |  |  | |  |  | |  |  | | |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

Otra limitante han sido los interlocutores (entrevistados) puesto que son quienes las organizaciones dispusieron para dar respuesta a la encuesta llevada a cabo a través de las correspondientes entrevistas; esto llevó a que el rango de niveles ocupados dentro de las entidades sea amplio, incluyendo entre otros a: propietarios, empleados, encargados, administrativos, gerentes, etc., por ende cada uno ha brindado la información que disponían, a la cual habitualmente acceden según el cargo ocupado, lo cual puede ser incompleta y fundamentalmente subjetiva.

***PRINCIPALES RESULTADOS OBTENIDOS***

***Criterios para la definición de Responsabilidad Social Empresaria (RSE)***

En este ítem se investigó en las organizaciones seleccionadas respecto al nivel de valoración otorgado a la acción social llevada adelante. En este sentido se consultó sobre siete tópicos: motivación, fuente de recursos, impacto deseado, localización del impacto; beneficios esperados por la organización; instrumentos de medición de los efectos del impacto e instancias que participan en la toma de decisiones. Puntuados los elementos anteriores se llega a la conclusión del estadio de consideración en relación a la acción social categorizada en tres instancias:

1. Filantropía empresarial,
2. Inversión social y
3. Responsabilidad Social Empresaria.

De los resultados obtenidos se puede observar lo siguiente:

* En promedio las organizaciones se ubican en la mitad de la puntuación posible.
* Tomados los siete tópicos antes mencionados el 11% de las organizaciones se ubicaron en el rango correspondiente a la simple filantropía empresarial, el 71% en lo categorizado como inversión social y el restante 18% en lo que se entiende para el proyecto de investigación como responsabilidad social empresaria.
* En lo específico de cada tópico cabe consignar que el de mayor puntaje (70%) ha sido el de beneficios esperados en cuanto a la práctica de las acciones sociales tanto para satisfacción personal como también para el logro del mejoramiento de la imagen y reputación organizacional.

Del segundo al cuarto lugar lo ocupan con escasa diferencia los ítems correspondientes a impacto (64%) relacionado con la mejora de la calidad de vida de la sociedad y la productividad de sus integrantes; la localización (62%) del impacto tanto externa como interna y la motivación (60%) superando la cuestión altruista y deseando la obtención de beneficios para los integrantes de la institución, familia y comunidad en la que se asienta; sin dejar de pensar en el rédito para la organización en el medio y largo plazo.

Quedando más relegados los ítems correspondientes a fuentes de recursos (57%) respecto a la utilización de utilidades o fondos de presupuestos. En cuanto a instancias de participación (37%) la abrumadora mayoría espera que los que deciden sobre el monto y dentro de las acciones sociales son exclusivamente los propietarios y finalmente cerrando con (26%) como instrumento de medición de los efectos del impacto, mayoritariamente, se utilizaron los reportes de actividades de la institución ejecutora.

* En síntesis, se podría manifestar que las instituciones consultadas adaptan, mayoritariamente, (71%) la concepción de inversión social, estadio intermedio entre la filantropía social y la responsabilidad social empresaria.

***Principales actividades de responsabilidad social externa desarrolladas***

* En principio, se observa un muy escaso nivel de actividades de RSE externa (21%)
* De las escasas actividades llevadas a cabo las principales están orientadas a:
  + Educación (29%)
  + Grupos desfavorecidos (25%)
  + Actividades públicas (21%)
  + Salud y bienestar (18%)
  + Medio ambiente (11%)
  + Cultura (11%)

***Principales modos de apoyo en actividades de RSE***

* En este indicador también se observa un bajísimo apoyo a actividades de RSE. En el promedio general alcanza un (20%) de las posibilidades.
* Dentro de esta baja participación en actividades de RSE podemos observar la siguiente distribución:
  + Donaciones (57%)
  + Patrocinios (29%)
  + Otros (11%)
* Cabe mencionar aquí, que se si bien en el punto 1 se ha mencionado que mayoritariamente las organizaciones tienen un criterio de inversión social, aquí se observa que en la práctica se encuentran ubicadas, ampliamente, en lo que se considera filantropía social.

***Presupuestos destinados a actividades de RSE***

En relación a la asignación de fondos destinados a actividades de RSE, se observa que la misma es muy baja según lo que a continuación se detalla:

|  |  |
| --- | --- |
| **Asignación en $** | % |
| **Ns/nc** | 46% |
| **Menos de 300** | 21% |
| **301 a 500** | 4% |
| **501 a 1000** | 7% |
| **1001 a 2500** | 11% |
| **2501 a 5000** | 4% |
| **5001 a 10000** | 7% |
| **Más de 10000** | 0% |

***Razones subyacentes para realizar actividades de RSE***

Entre las principales razones subyacentes para la realización de actividades relacionadas con la RSE, los entrevistados manifestaron en primer lugar en un muy alto porcentaje (39%) que la razón fundamental es la mejora de los resultados económicos; siguiéndola el cumplimiento de la legislación social vigente (36%) y la mejora de las relaciones con la comunidad (32%).

Como se observa en estos primeros escalones de prioridad la poca creencia respecto a los beneficios de la RSE.

En un segundo plano aparecen las razones de conocimiento ético y de lealtad de elementos y satisfacción del trabajador.

***Razones y barreras por las cuales no se realizan actividades de RSE***

Consultadas las organizaciones respecto a las razones u obstáculos por las cuales no se realizan actividades de RSE cotidianamente, se pudo saber que mayoritariamente (61%) manifestaron que la organización nunca se lo había planteado como posibilidad, seguido por una alta relación (25%) con la falta de recursos financieros para atender este tipo de inversiones.

Más atrás (14%) se ubicó la respuesta que manifestaba que las actividades de rse no son relacionadas con la empresa.

Otras razones menos influyentes fueron que no realizan dichas actividades por considerar que la actividad principal de la organización no tiene impactos ambientales (11%), por otro lado se argumenta falta de tiempo para atender dichas actividades (11%) y con igual porcentaje surge la respuesta de desconocer las razones o dificultades por las cuales no se realiza este tipo de actividades.

Con menos incidencia también se mencionaron que se considera que dichas actividades no reportan ningún tipo de beneficio a la organización (7%); minoritariamente se argumenta falta de recursos técnicos para llevarlas adelante (4%) y falta de apoyo público (4%).

Los indicadores antes mencionados muestran claramente que falta de concientización y compromiso -al menos- de las organizaciones que han respondido de acuerdo a lo expuesto respecto a las acciones de responsabilidad social empresaria; por lo que ni siquiera como una alternativa estratégica se plantean desarrollar este tipo de actividades.

***Perspectivas sobre actividades de RSE medioambientales en los próximos tres años***

En relación a este punto, el (32%) de las organizaciones que aún no llevan a cabo actividades de responsabilidad social, manifiestan que no tienen previsto desarrollar acciones en este sentido. Un (4%) expresan que están planificando algún tipo de actividad, sin especificar mayoritariamente su orientación.

De las organizaciones que están llevando adelante actividades de rse en la actualidad, un (11%) tiene como perspectiva reducir las mismas, mientras que un (14%) piensa ampliarlas.

Existe un alto porcentaje (39%) que no sabe o no contesta en relación al presente ítem.

En general, podemos observar con preocupación las perspectivas que se presentan en el ámbito organizacional relevado las perspectivas en materia de responsabilidad social empresaria.

***Valores, Ética y Transparencia***

Consultadas las organizaciones sobre la importancia que se le asigna a cada uno de los objetivos relacionados con aspectos axiológicos, valorativos, éticos y de transparencia, surgieron las siguientes valoraciones:

En primer lugar con una amplia mayoría (90%) se priorizó el brindar a los clientes productos y servicios seguros y confiables; seguido a bastante distancia (52%) el favorecer el desarrollo profesional y personal de los empleados; con un (47%) el proteger el medio ambiente en conjunto a (45%) mejorar la calidad de vida en las comunidades aledañas a las zonas en las que operan las organizaciones; con un (40%) brindar oportunidades laborales a grupos socialmente vulnerables tales como personas discapacitadas o jóvenes de escasos recursos sin experiencia laboral.

Otros valores que obtuvieron menor porcentual de aceptación fueron los siguientes:

Con un (39%) apoyar obras de bien público en el país (más allá de la zona en la que opera la organización); un (36%) luchar contra la corrupción y por último (29%) mejorar el funcionamiento del Estado.

En términos generales los valores éticos y de transparencias expuestos, alcanzaron una valoración del (44%) en el conjunto de la aceptación de los entrevistados.

organizaciones en los aspectos valorativos, que luego se reflejan en la distribución particular de cada uno de ellos, siendo el único que supera ampliamente esa media, el factor relacionado con la calidad de los productos y/o servicios ofrecidos a los clientes.

***Códigos de Ética y documentos relacionados***

Respecto a la existencia de un código de ética personalizado o general para los integrantes de las organizaciones, surge con absoluta claridad su inexistencia en un (89%) de los casos, mientras que solamente un (7%) manifestó poseerlo y un (4%) desconocer la situación al respecto.

En los casos que no poseen código de ética, se les consultó acerca de la existencia de algún otro documento en su reemplazo que enuncie las creencias y valores centrales de la organización, siendo las respuestas en el sentido positivo en un (4%); por la inexistencia un (7%) y por el desconocimiento sobre el particular (89%).

Los guarismos observados muestran un alto porcentaje de organizaciones sin códigos de ética ni documentos que lo reemplacen, por lo cual explicita una ausencia de política en materia de cuestiones valorativas; que en conjunto con el ítem anterior marca una alta despreocupación por las cuestiones axiológicas.

***Comités de análisis de problemas***

En proporciones similares al ítem anterior se encuentra la no existencia de comités de análisis de problemas.

Consultados sobre el particular los indicadores arrojados en este sentido muestran un (7%) de organizaciones que cuentan con dicha equipo de trabajo, un (86%) que carecen del mismo y un (7%) que desconocen su existencia.

***Promoción de organizaciones sindicales. Participación en Ganancias. Programa de bonificación por rendimiento***

Respecto a si las organizaciones consultadas tenían algún tipo de política de promoción de las organizaciones sindicales con las cuales tenían íntima relación por cuanto mayoritariamente el personal en relación de dependencia se encontrara afiliado a dichas instituciones, se encuentra que prácticamente por unanimidad no existen dichas políticas organizacionales.

Los resultados que arrojó dicha consulta fue de una contundente negativa que alcanzó el (82%), mientras que el (18%) restante manifestó desconocer acerca del tema.

De los guarismos antes expresados se visualiza claramente un distanciamiento o al menos no trabajo en conjunto con este particular stakeholder como lo son las organizaciones sindicales.

En cuanto a la existencia de una política activa de participación en las ganancias obtenidas por la organización por parte de sus empleados, los resultados surgidos son que solamente en un (11%) de las entidades consultadas existe dicha política, mientras que un (64%) manifestó su inexistencia y el restante (25%) su desconocimiento en relación al tema.

Finalmente, ante la consulta respecto a la existencia de un programa de bonificación por rendimiento al personal integrante de la institución, la respuesta fue mayoritariamente negativa, alcanzando un (61%), mientras que solamente en un (18%) de los casos se expresó que si existe un programa en este sentido y un (21%) manifestó su desconocimiento.

En los tres aspectos tratados en este ítem, se puede observar con cierta nitidez que escasa participación que se le da a dos stakeholders importantes de las organizaciones, como los son sus propios empleados, como así también a las entidades gremiales que los representan.

***Políticas contra la discriminación y Políticas sobre la diversidad***

En cuanto a la existencia de políticas contra la discriminación dentro las organizaciones entrevistadas, se ha expresado una contundente ausencia de las mismas. A esta conclusión se ha arribado a partir de los porcentajes obtenidos de las respuestas sobre este cuestionamiento, lo cual se refleja en que un (86%) manifestó su total ausencia y el restante (14%) expresó su desconocimiento sobre el particular.

Mejores resultados se obtuvieron respecto a la existencia de políticas sobre la diversidad, ya que surgió la existencia en un (30%) para mujeres, un (13%) para personas mayores de 45 años, un (17%) para jóvenes y un (7%) para personas con capacidades diferentes. En el (33%) se manifestó desconocer sobre el particular.

***Proceso de reorganización***

Las organizaciones entrevistadas tuvieron en un (39%) procesos de reorganización, reducción de costos o de personal dentro de los últimos tres años. En un (50%) no atravesaron por dichas situaciones en el período mencionado, mientras que en el (11%) de los casos no saben o no contestan sobre el particular.

En los casos que contestaron afirmativamente respecto a haber atravesado alguna situación de las mencionadas en mayor o medida tuvieron diversas acciones como consecuencia de ello, entre las cuales se pueden mencionar:

* Análisis de alternativas de reducción de gastos con representantes de los trabajadores para evitar despidos;
* Priorización de la retención de personas con dificultades de reinserción laboral;
* Ofrecimiento de programas de retiros voluntarios;
* Orientación laboral a personas despedidas;
* Capacitación de reconversión laboral a personas con dificultades de reinserción laboral;
* Etc.

***Ayuda Financiera***

Respecto a la consulta en cuanto a si las organizaciones entrevistadas disponían de un programa de ayuda financiera o becas para la capacitación profesional de su personal en instituciones académicas, se obtuvo una respuesta positiva solo en el (4%) de los casos, mientras que el (75%) no disponía de dicho beneficio y un (21%) no supo contestar al respecto.

***Impacto Medio Ambiental***

Consultadas las organizaciones respecto al conocimiento institucional respecto al impacto medio ambiental de las actividades desarrolladas las respuestas fueron las siguientes:

* Muy alto (14%)
* Alto (21%)
* Medio (25%)
* Bajo (14%)
* Nulo (14%)

Respecto a la frecuencia con que se realizan en las organizaciones entrevistadas estudios de impacto ambiental, se pudo arribar a los siguientes resultados:

* Mucha frecuencia (4%)
* Poca Frecuencia (4%)
* No se realizan (79%)
* No sabe / no contesta (13%)

***Certificación de Calidad***

En cuanto a las organizaciones que se encontraban certificadas por estándares medioambientales globalmente reconocidos, tales como ISO 14001 o similares, solamente el (4%) había obtenido dicha certificación, mientras que el (89%) no tenía ninguna clase de certificación y el (7%) no supo contestar.

***Proveedores y Trabajo Tercerizado***

En cuanto a si la organización realiza verificación o controles de sus proveedores, el (68%) de las empresas consultadas manifestó que de alguna u otra manera las efectúan.

De las organizaciones que respondieron afirmativamente el presente ítem, el (53%) expresó que se verifica el cumplimiento de la legislación fiscal y tributaria, el (21%) expresó que se verifica el cumplimiento de la legislación laboral, también otro (21%) manifestó que se verifica el cumplimiento de la legislación previsional y el restante (5%) expresó que verifica el cumplimiento de la legislación que prohíbe el trabajo infantil.

En relación a si cuenta la organización con un programa de apoyo a los proveedores de diferente índole, un abrumador (86%) manifestó que no, y solamente un (2%) expresó que sí, mientras que el restante (2%) desconocía sobre el particular.

***Consumidores / Clientes***

Respecto a si la organización ha establecido un canal de consulta para sus clientes o consumidores para obtener información sobre el funcionamiento de la empresa y sobre los resultados de su operatoria; un (25%) respondió positivamente, un (68%) en forma negativa y el restante (7%) desconociendo el tema.

En el mismo ítem las organizaciones fueron consultadas respecto a si las mismas poseían un programa de educación de sus consumidores sobre riesgos y/o efectos secundarios de sus productos o servicios, siendo la respuesta positiva en un (11%), negativa en un (86%) y sin respuesta el (3%).

En lo referente a si la organización cuenta con un programa de atención al consumidor y de recepción de quejas o reclamos, se obtuvieron los siguientes porcentajes: un (21%) manifestó que si existe un programa en ese sentido, un (75%) se expresó en sentido negativo y el restante (4%) desconociendo el tema.

***Política anti sobornos***

En referencia a los aspectos relacionados con la interacción con el gobierno y la comunidad en general, se consultó respecto a si la empresa cuenta con una política escrita de no tolerancia de sobornos de cualquier tipo a funcionarios públicos dirigida a todos los integrantes de la misma, lo cual obtuvo los siguientes porcentajes de respuesta: un (96%) negativo y un (4%) sin respuesta.

Los mismos guarismos se obtuvieron al ser consultados respecto a la existencia en la organización de procedimientos para recibir reclamos y denuncias de sobornos ofrecidos por personal de la empresa a funcionarios públicos.

Respecto a si la organización participa en organizaciones empresariales de su sector, un (18%) manifestó que sí, un (79%) respondió negativamente y el (3%) restante dijo desconocer la situación.

En relación a si la empresa participa en forma activa en grupos de trabajo orientados a resolver temas de interés público como temas de medio ambiente, salud, etc, solamente un (11%) respondió positivamente, un (86%) lo hizo negativamente y el restante (3%) dijo desconocer sobre el particular.

Finalmente, en cuanto a si la empresa pública información sobre sus acciones sociales, comunitarias y ambientales, las respuestas fueron en un (14%) positivas, en un (82%) negativas y el restante (4%) manifestó su desconocimiento.

***Publicación de información sobre acciones sociales, comunitarias y ambientales – Balance social***

Consultadas las organizaciones respecto a si publican sus acciones sociales, comunitarias y ambientales, solamente el (18%) se manifestó en forma positiva, mientras que el restante (82%) lo hizo en forma negativa

De aquellos que lo hicieron en forma positiva se expresó que no se mantiene una regularidad en dicha publicación.

En ninguno de los casos se publican dichas acciones como balance o reporte social.

***CONCLUSIONES***

Como se expresara a lo largo del presente trabajo se reitera que la presentación de este informe final, no se lo debe tomar como punto de llegada, sino como un puntapié inicial constituyente de base para futuras investigaciones que profundicen y mejoren la información expuesta.

Tal cual se expresaba entre las motivaciones en relación a la incidencia socioeconómica del Proyecto, en la zona y en lo que respecta a las organizaciones relevadas se realizan algunas actividades básicas de responsabilidad social empresaria, que en muchas situaciones son reconocidas como tales por las propias instituciones.

Recorriendo los diferentes resultados que se obtuvieron como respuesta por parte de las organizaciones relevadas se observa un escaso conocimiento en la zona del concepto de Responsabilidad Social Empresario (RSE).

Respecto al grado de implementación de actividades de podríamos expresar que es bajo, con considerable potencialidad para ser incrementado en el mediano plazo, previa concientización de los responsables de las diversas instituciones.

En síntesis, se observa un desarrollo bajo del tema investigado en las organizaciones relevadas, encontrándose la aplicación de la temática de la Responsabilidad Social Empresaria en forma embrionaria, haciéndose necesaria una profundización y concientización por parte de los diversos stakeholders, como así también de la comunidad en general.

1. González García; Ignacio Abel – López Mato; Liliana Virginia – Sylvester Roberto Gerardo – Responsabilidad Social Empresaria: Análisis, comparaciones y propuestas sobre el comportamiento sistémico del “ciudadano empresa”. Normativas y realidades. Una visión integral incluyendo Argentina - Equipo Empresa y Sociedad de idea – pág. 5 [↑](#footnote-ref-1)
2. Manual de Apoyo para Periodistas - RSE - Conceptos Básicos e Indicadores de RSE – CEDICE libertad – ETHOS - [↑](#footnote-ref-2)
3. Indicadores de RSE para PyMES – IARSE – pág. 12 [↑](#footnote-ref-3)
4. González García; Ignacio Abel – López Mato; Liliana Virginia – Sylvester Roberto Gerardo – Responsabilidad Social Empresaria: Análisis, comparaciones y propuestas sobre el comportamiento sistémico del “ciudadano empresa”. Normativas y realidades. Una visión integral incluyendo Argentina - Equipo Empresa y Sociedad de idea – pág. 23 y 24 [↑](#footnote-ref-4)
5. De Oliveira Neto; Valdemar - Conferencia en el Encuentro Internacional de Endeavor en Argentina – Abril 2002 - [↑](#footnote-ref-5)
6. Carvajalino; Guillermo – Fundación CORONA – Colombia - 1998 [↑](#footnote-ref-6)
7. Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) - 2002 [↑](#footnote-ref-7)
8. Empresa.org Responsabilidad Social en las Américas – citado por IARSE – 2002 [↑](#footnote-ref-8)
9. Pro humana – citado por IARSE - 2002 [↑](#footnote-ref-9)
10. Centro Mexicano para la Filantropía – citado por IARSE - 2002 [↑](#footnote-ref-10)
11. Acao Herrambuco Empresarial Pela Cidadana – citado por IARSE - 2002 [↑](#footnote-ref-11)
12. Googins; Bradley -Director of center for Corporate Citizenship al Boston College- Conferencias en Argentina – Mayo 2002 [↑](#footnote-ref-12)
13. Instituto ETHOS – Septiembre 2003 [↑](#footnote-ref-13)
14. DERES [↑](#footnote-ref-14)
15. Prince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF) - Codelco [↑](#footnote-ref-15)
16. Impacto de la Responsabilidad Social de la Empresa aplicada por Codelco Chile, Deuman, 2005:13 [↑](#footnote-ref-16)
17. Business for Social Responsibility (BSR) - Codelco [↑](#footnote-ref-17)
18. Fórum Empresa [↑](#footnote-ref-18)
19. Instituto ETHOS de Brasil [↑](#footnote-ref-19)
20. Fedecamaras por Ing. Perla Puterman S. [↑](#footnote-ref-20)
21. Ministerio de Trabajo y Seguridad Social de la Argentina [↑](#footnote-ref-21)
22. González García; Ignacio Abel – López Mato; Liliana Virginia – Sylvester Roberto Gerardo – Responsabilidad Social Empresaria: Análisis, comparaciones y propuestas sobre el comportamiento sistémico del “ciudadano empresa”. Normativas y realidades. Una visión integral incluyendo Argentina - Equipo Empresa y Sociedad de idea – pág. 3 [↑](#footnote-ref-22)
23. Unión Europea - Libro Verde - 2001 [↑](#footnote-ref-23)
24. World Business Council on Sustainable Development – WBSCD - 2002 [↑](#footnote-ref-24)
25. Corporate Social Responsibility Europe – CSR Europe – UK - 2002 [↑](#footnote-ref-25)
26. Corporate Social Responsibility Europe – CSR Europe – Fundación Empresa y Sociedad de España - 2002 [↑](#footnote-ref-26)
27. Documento relacionado con el tema RSE en Chile - 2001 [↑](#footnote-ref-27)
28. Sulmont - 2001 [↑](#footnote-ref-28)
29. Baltasar Caravedo [↑](#footnote-ref-29)
30. Américas Canadá - 2002 [↑](#footnote-ref-30)
31. Centro de iniciativas de la Economía Social – CIES - 2002 [↑](#footnote-ref-31)
32. Alianza Social VenAmCham - 2005 [↑](#footnote-ref-32)
33. Alianza Social VenAmCham - 2005 [↑](#footnote-ref-33)
34. Empresa transparente - SECODAM [↑](#footnote-ref-34)
35. Introducción a la Gestión de la RSE – Marta Amuchástegui - IARSE [↑](#footnote-ref-35)
36. Lozano; Josep M - Ética y Empresa - Ed. Trotta – 2002 - IARSE [↑](#footnote-ref-36)
37. Lozano; Josep M – op. cit. [↑](#footnote-ref-37)
38. Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) - INSTITUTO ETHOS - [↑](#footnote-ref-38)
39. Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) - INSTITUTO ETHOS - [↑](#footnote-ref-39)
40. Manual de Indicadores de RSE para Costa Rica – Andrea Prado, Juliano Flores, Lawrence Pratt y Francisco Leguizamón- [↑](#footnote-ref-40)
41. Indicadores de RSE –Guía de Autoaplicación – IARSE y ETHOS – 2004 / 2005 [↑](#footnote-ref-41)
42. Vilanova, Marc; Lozano, Josep María y Dinarés Marta - “Accountability comunicación y reporting en el ámbito de la RSE” - Volumen 6 de los cuadernos de Forética - [↑](#footnote-ref-42)
43. Vilanova, Marc; Lozano, Josep María y Dinarés Marta - op. cit. [↑](#footnote-ref-43)
44. Geba, Norma B y Fernández Lorenzo, Liliana E. - “El índice de RSE y el Balance Social” – Facultad de Ciencias Económicas Universidad Nacional de La Plata - [↑](#footnote-ref-44)
45. Rocha; Fábio - “Balance Social, de colcha de retazos a instrumento de gestión” – publicado en: http://www.iarse.org/site/modules.php?name=News&file=article&sid=1079 [↑](#footnote-ref-45)