



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO

FCE
FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS

Carrera: Contador Público Nacional y Perito Partidor

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA: APLICACIÓN EN EMPRESAS SANRAFAELINAS

Trabajo de investigación

Por:

Andrea Natalia Berruezo; andreaberruezo@hotmail.com

María Lorena Pacheco; lorep88@yahoo.com.ar

María Cecilia Rolny; cecirolny@hotmail.com

Tutor: Prof. Lucía Meyniel

San Rafael, Mendoza – 2013

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| Introducción | 4 |
| CAPÍTULO I. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA | 6 |
| 1. Aspectos generales | 6 |
| 1.1. Concepto de responsabilidad social empresaria | 7 |
| 1.2. Evolución de la Responsabilidad Social de la Empresa | 9 |
| 1.3. Stakeholders y áreas de Responsabilidad Social Empresaria | 10 |
| 1.4. Beneficios de aplicar responsabilidad social en la empresa | 13 |
| 1.5. Límites de la Responsabilidad Social Empresaria | 14 |
| 2. Herramientas para la implementación de la RSE | 16 |
| 2.1. Principios para la aplicación de responsabilidad social | 16 |
| 2.2. Procedimientos para aplicar la RS | 18 |
| 2.3. RSE en Argentina | 22 |
| 2.4. RSE en Mendoza | 24 |
| CAPÍTULO II. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA Y PYMES | 27 |
| 1. Pequeña y Mediana Empresa | 27 |
| 1.1. Concepto | 27 |
| 1.2. Características de las pequeñas y medianas empresas | 28 |
| 1.3. La responsabilidad social y las particularidades de las PyMEs | 31 |

| | |
|--|----|
| 2. Implantación de la RSE entre las PyMEs latinoamericanas | 33 |
| 3. Pautas para la inserción de RSE en las PyMES | 38 |
| 3.1. Esquema de implementación..... | 38 |
| 3.2. Indicadores sugeridos | 41 |
| CAPÍTULO III. EMPRESAS QUE HAN ADOPTADO RSE | 43 |
| 1. Situación de algunas empresas en San Rafael..... | 43 |
| 2. Evidencia empírica..... | 48 |
| 2.1. Argentina..... | 48 |
| 2.2. Mendoza..... | 54 |
| 2.3. San Rafael | 57 |
| Conclusión..... | 62 |
| Referencias..... | 63 |
| Anexos..... | 66 |

INTRODUCCIÓN

“Crear un negocio fuerte y construir un mundo mejor no son metas contradictorias: ambas son ingredientes indispensables para el éxito a largo plazo”

(William Clay Ford Jr, Ford Motor Company)

Desde sus orígenes la humanidad busca constantemente la creación de un mundo mejor, el compromiso individual ha llevado al hombre históricamente a realizar acciones a favor del prójimo, satisfaciendo necesidades y mejorando la calidad de vida. Para lograr mejores resultados fue creando diferentes asociaciones, alianzas y organizaciones. Posteriormente estas ideas y concepciones se fueron introduciendo también en el ámbito de los negocios.

La responsabilidad social empresarial (RSE) es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de la colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida.

La RSE está asociada a situaciones históricas, culturales, económicas, sociales y ambientales que tuvieron lugar en el transcurso de los últimos siglos. Es un concepto que, luego de haber quedado en el olvido en los años ´80, vuelve a tomar preponderancia a partir de los ´90s en el marco del desarrollo sustentable. Este tema está muy explorado en la bibliografía existente, se pueden encontrar numerosos textos y guías de aplicación; dado que se trata de un tema relativamente nuevo el volumen de bibliografía se encuentra en permanente crecimiento.

El presente trabajo tiene por objeto abordar el tema de Responsabilidad Social Empresaria. El principal problema que se plantea es determinar si las empresas sanrafaelinas conocen dicho concepto, su aplicación y los beneficios que ello conlleva no solo para ellas mismas, sino también para la comunidad en la que se desarrollan.

Para el desarrollo de la presente investigación se parte de la hipótesis de que la mayoría de las empresas del medio no tienen conocimiento suficiente acerca de la RSE, no le dan la importancia que merece; mientras que otras ejercen una conducta responsable sin saber, muchas veces, que su accionar encuadra en el concepto.

Considerando que en nuestro medio las empresas se enmarcan como Pequeñas y Medianas (PyMEs), es necesario aportar nociones y características de las mismas, todo esto con el objeto de indagar en la factibilidad de que ellas incorporen acciones socialmente responsables.

El propósito es elaborar un documento de investigación que brinde información, conceptos y conocimientos acerca de la responsabilidad social empresaria, útil tanto para profesionales como para empresarios.

Los principales objetivos son: conocer el conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que hacen a la RSE; verificar en qué medida las empresas locales conocen el concepto y lo aplican; comprobar la factibilidad de la aplicación del concepto en PyMEs y los beneficios que ello trae aparejado; analizar las ventajas que conlleva la aplicación del concepto.

La investigación se realizó desde un enfoque de tipo descriptivo, debido a la naturaleza de los temas investigados, tomando como herramientas de recolección de datos la búsqueda documental y de bibliografía relacionada, encuestas y observación.

Se abordará la temática a través de tres capítulos y una conclusión general.

CAPÍTULO I

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

1. ASPECTOS GENERALES

Tal como lo define Aristóteles, el ser humano es un animal social; de allí surge su constante necesidad de relacionarse e interactuar con otros individuos, no solo para la satisfacción de sus propias necesidades sino también para el cuidado y crecimiento del ambiente en el que se desenvuelve. En el afán de satisfacer sus múltiples necesidades, el hombre, durante toda su existencia, va formando parte de diversas organizaciones. La Real Academia Española define a la organización como “una asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines”.

Como ejemplos de organización se pueden citar: la familia, un club deportivo, la iglesia, la escuela, la universidad, un grupo de amigos, la empresa, entre otros. Como principal ejemplo siempre se refiere a la empresa, la cual es una “organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos” (RAE, 2001); en ella interactúan capital, trabajo, tecnología, recursos humanos y recursos naturales. Financieramente se afirma que el objetivo de la empresa consiste en maximizar su valor para los accionistas o propietarios, al ser éstos quienes proveen el capital para que la misma funcione, se hace necesaria una rendición de cuentas. Por esto es razonable pensar que la empresa rinda cuentas a todos aquellos a quienes su actividad afecta: son los llamados stakeholders o grupos de interés.

Precisamente la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) es una forma de gestión que implica integrar objetivos sociales a los propios de la empresa, considerando las necesidades de los diferentes grupos de interés. Esta integración de objetivos no consiste en excluir el objetivo de rentabilidad, sino en una ampliación de las metas empresariales.

Si una empresa no es rentable no es responsable, ni con sus accionistas, ni con su entorno, porque está malgastando recursos que podrían tener una aplicación más provechosa. Tradicionalmente se ha afirmado que “la única responsabilidad social de la empresa es incrementar sus ganancias” (Milton Friedman, citado por Feole H., 2002-2003). Feole (2002-2003) cita a Peter Drucker, cuando

dice que conseguir resultados económicos es *“la primera responsabilidad de una empresa y la que no obtiene unos beneficios por lo menos iguales al coste de capital es socialmente irresponsable; despilfarra los recursos de la sociedad. Pero el rendimiento económico no es la única responsabilidad de una empresa como tampoco el rendimiento académico es la única responsabilidad de una escuela.”* (Feole, 2002 - 2003).

La empresa es un actor social por el hecho de estar inmersa en una sociedad, en consecuencia debe luchar por una sociedad mejor al igual que todos los individuos que formamos parte de la comunidad.

1.1. Concepto de responsabilidad social empresaria

Antes de arribar a un concepto de Responsabilidad Social Empresaria resulta adecuado comenzar por dar una definición de responsabilidad y distinguir dos aspectos fundamentales que se enmarcan dentro de ese término. En primer lugar el concepto de responsabilidad hace referencia a la idea de dar cuentas; las empresas se ven obligadas a ser cada vez más transparentes en la información que ofrecen a la sociedad en relación con sus prácticas y formas de gestionarse. Por otro lado el término responsabilidad hace referencia a dar respuesta, a las expectativas que la sociedad tiene depositadas en la empresa.

En cuanto a la definición de Responsabilidad Social Empresaria (RSE), se considera que no existe un concepto único que la defina mundialmente, ya que se está en presencia de un término que va tomando importancia y adquiriendo forma en el último tiempo. Se citan algunos conceptos dados por distintas instituciones:

- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Suiza: La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida.
- Prince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF), Inglaterra: La RSE 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.
- Business for Social Responsibility (BSR), Estados Unidos: La RSE se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa.

- Organización Internacional del Trabajo (OIT): La responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores.
- Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi): La Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente y para la construcción del bien común.
- Instituto Ethos, Brasil: La responsabilidad social empresaria es la capacidad de una empresa de escuchar, atender, comprender y satisfacer las expectativas legítimas de los diferentes actores que contribuyen a su desarrollo.
- Definición Fundación PRO humana (Chile): La Responsabilidad Social Empresarial 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.
- CSR Europe: responsabilidad social corporativa es un concepto a partir del cual las empresas deciden voluntariamente contribuir a una mejor sociedad y a un medio ambiente más puro.

De acuerdo a estas definiciones podemos concluir que el ejercicio de la RSE es voluntario e implica, en reglas generales, cooperar para el desarrollo social y económico de la comunidad en la que la empresa se desenvuelve, más allá del cumplimiento de leyes y normas.

Se considera que por más que se trate de un compromiso voluntario todas las empresas sin distinción de tamaño, o actividad, deberían asumir una actitud socialmente responsable, ya que las mismas cumplen en la sociedad un papel que va más allá de su mera función económica; ese papel incluye realizar contribuciones positivas a la comunidad y participar activamente en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas y del ambiente.

Es importante aclarar que hay una sutil diferencia entre el significado de la responsabilidad social corporativa (RSC) y el de responsabilidad social empresarial (RSE), en la medida en que distinguen entre la empresa y la corporación, entendiéndose que ésta última incorpora a todas las organizaciones, empresariales o no e independientemente de su tamaño, aunque para muchos ambas expresiones significan lo mismo.

Sí es unánime la diferencia entre RSE o RSC y responsabilidad social (RS). La responsabilidad social se entiende como el compromiso que tienen todos los ciudadanos, las instituciones -públicas y privadas- y las organizaciones sociales, en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local y global. La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), se ha ampliado para incorporar a las agencias gubernamentales y a otras organizaciones, que tengan un claro interés en mostrar cómo realizan su trabajo.

Es un concepto relativamente nuevo en el mundo, los países líderes cuyas empresas presentan un mayor grado de desarrollo de la RSE, son Suecia, Dinamarca, Finlandia, Islandia Reino Unido, Noruega y Nueva Zelanda. (Accountability, 2007).

1.2. Evolución de la Responsabilidad Social de la Empresa. (Bonilla, 2011).

Hay quienes sostienen que el concepto de RSE surge durante la década del '20, cuando comienza a hablarse sobre el principio de caridad -filantropía- como una acción corporativa de la empresa más allá de una actividad personal del empresario.

Otras opiniones afirman que el concepto surge en los años 50, durante el rápido crecimiento en tamaño y poder que experimentan las empresas norteamericanas y el importante papel que cobraron ante los problemas sociales.

Durante los años 60s y 70s crecen movimientos que cuestionan los distintos aspectos que se reflejaban en el estilo de vida norteamericano; y las actividades de las empresas, a partir de las consecuencias sociales de sus acciones, principalmente en los procesos de producción y el incentivo de la cultura consumista.

En la década del '80 la concepción de *estado de bienestar* empieza a perder fuerza en Norteamérica y comienza a cobrar protagonismo la idea de que el bienestar y la calidad de vida deben de ser meta de todas las instituciones, incluidas las empresas.

Pero fue recién en los años 90 en que el concepto de RSE comienza a cobrar protagonismo dentro la sociedad global, debido al impulso de organismos internacionales y grupos sectoriales que han promovido la creación de códigos de conducta, directrices, normas y otros instrumentos para la implementación de la RSE como una estrategia de negocios integral y a largo plazo, que busca convertir a la empresa en un actor que promueva el desarrollo sostenible de su localidad, país y región.

1.3. Stakeholders y áreas de Responsabilidad Social Empresaria (Delgado González & Ena Ventura, 2012)

“Stakeholders significa en español: participante, inversor, accionista. Y es que desde el punto de vista empresarial, este concepto se utiliza para referirse a los grupos de interés para una empresa.”

Según Delgado González y Ena Ventura (2012) fue Edward Freeman quien dio origen al término stakeholder y lo definió como todas aquellas personas o entidades que pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa.

En términos sencillos, pueden ser definidos como aquellos actores sociales que, con las decisiones y objetivos de una empresa se pueden ver afectados, ya sea positiva o negativamente. Así por ejemplo, los dueños de una compañía, sus trabajadores, la comunidad donde ésta opera y sus proveedores, entre otros forman parte de este grupo.

Existen dos tipos de grupos de interés:

Primarios: son fundamentales para el operar de una organización. Aquí se incluye a los accionistas, los clientes, los proveedores, los trabajadores, es decir, aquellos que tienen alguna relación económica con el negocio.

Secundarios: son aquellos que no participan directamente en el intercambio con una empresa, pero que sí pueden afectar o verse afectados por las acciones de ésta. Se pueden citar como ejemplos a los competidores, los medios de comunicación y las ONG's, entre otros.

Se distinguen siete áreas o grupos de interés en los cuales debe alcanzarse la calidad para hablar de la existencia de una gestión socialmente responsable, a saber:

a) Comunidad

Como ya se ha mencionado anteriormente, las organizaciones se encuentran formando parte de las comunidades en las que desarrollan sus actividades. La interacción es permanente: a través de su actividad, la empresa promueve el desarrollo de la comunidad. A su vez, la comunidad ofrece a la empresa los diversos recursos que la misma necesita para progresar y crecer.

La relación empresa-sociedad no puede ser improvisada. El compromiso de las empresas con la sociedad a la que pertenecen se manifiesta de distintas formas (aportes en dinero, materiales, conocimientos, respeto por las costumbres locales, etc.).

b) Público Interno

Uno de los mayores capitales con que cuentan las organizaciones son sus recursos humanos; las entidades funcionan y cobran vida a través de sus empleados. Por ello, el público interno conforma una de las áreas de mayor importancia dentro de la gestión socialmente responsable. La dirección de la empresa debe crear un clima organizacional en el que la motivación, el respeto y la valoración de las personas que la conforman sean esenciales. Todo ello contribuirá, no sólo con el bienestar de los dependientes, sino que repercutirá en beneficio de la propia organización.

A los fines de aplicar Responsabilidad Social en el ámbito de los recursos humanos hay que destacar que no es suficiente el mero cumplimiento de la legislación laboral sino que se deben encarar diversas acciones para la construcción de un ambiente humano de excelencia.

c) Medioambiente

Es una de las áreas de Responsabilidad Social Empresaria más difundidas en la práctica de las empresas. La Responsabilidad Social de la empresa en el ámbito del medioambiente no se limita únicamente al buen uso de los recursos materiales (agua, energía, materias primas, etc.) sino que también debe asumir el rol de educar y concientizar a su personal para desarrollar el cuidado de los recursos naturales, no sólo en el lugar de trabajo sino también en su vida familiar.

d) Proveedores

Las empresas que adoptan Responsabilidad Social deberán tener en cuenta que sus proveedores cumplan estándares de gestión ambiental, éticos y sociales compatibles con los que la organización promueve y respeta. La empresa debe dar a conocer su código de ética para aliarse con proveedores que compartan sus valores y principios.

Esto quiere decir que parte de la Responsabilidad Social de una empresa tiene que ver con sus relaciones con sus proveedores: además de tener en cuenta la calidad y costos de los productos, la empresa debe poner atención en controlar que los proveedores cumplan con la legislación referida al

cuidado del medioambiente, protección de los derechos humanos y ámbito laboral. El no exigir responsabilidad social de los componentes de la cadena de abastecimiento es incompatible con una gestión socialmente responsable en la empresa que impone dichas exigencias.

e) Consumidores

Un concepto clave a la hora de ocuparse de esta área de responsabilidad social es el marketing social. Este concepto sostiene que la tarea de la organización consiste en determinar las necesidades, deseos e interés de los mercados meta (consumidores reales y potenciales) y proporcionar los productos y servicios deseados de forma más eficaz y eficiente, de modo tal que preserve o mejore el bienestar del consumidor y de la sociedad.

También tiene que ver con acciones que la empresa adopta para instaurar entre los consumidores el compromiso con un determinado interés social, favoreciendo al mismo tiempo, la imagen de la empresa en la sociedad.

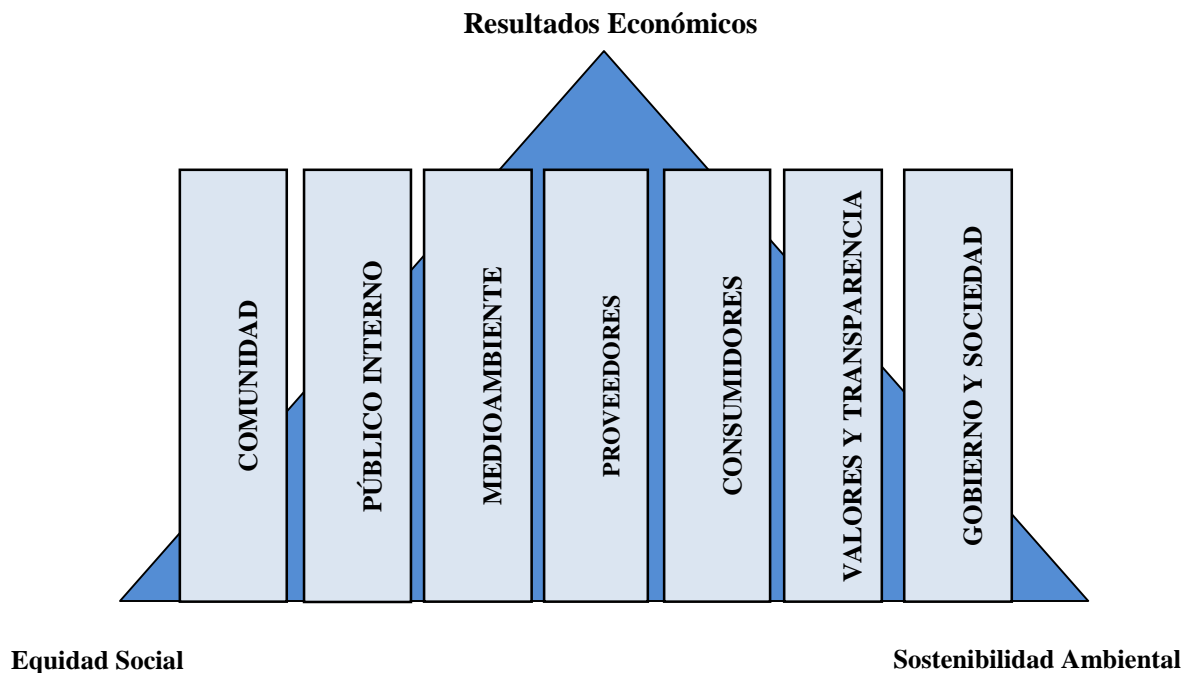
f) Gobierno y sociedad

Ya se ha expuesto que la empresa es un integrante más de la comunidad. Y como tal, debe actuar como un ciudadano corporativo, con derechos pero también con las obligaciones inherentes a todo ciudadano como son el respeto a la legislación, el cumplimiento de los deberes tributarios, el combate de la corrupción, entre otros. Además, nada le impide involucrarse en la vida política y social de la comunidad, prácticas que la organización deberá llevar a cabo con transparencia, lo cual generará confianza en las mismas.

g) Valores y transparencia

La empresa no sólo tiene la capacidad de generar valor económico sino que también genera valores sociales. A los fines de fomentar, internamente, los valores que la empresa pretende difundir, una herramienta importante es el *código de ética*, a través de cuyos principios la empresa se gestiona y actúa. El código de ética no sólo debe ser redactado sino que debe ser vivido. A través del mismo la empresa expresa su ideología, los principios que guíen su accionar. Pero además, refleja la voluntad del ente de difundir dichos principios a través de su público interno, proyectado hacia la sociedad.

Gráficamente, se representa a continuación la relación entre las distintas áreas de la responsabilidad social empresarial y el triple resultado económico, social y medioambiental.



Fuente: Rolando de Serra, Alicia; Reflexiones Latinoamericanas sobre RSE; pág.35; IARSE; 2002-2003

1.4. Beneficios de aplicar responsabilidad social en la empresa (VALOS)

Si la empresa no sólo desarrolla programas sociales para publicitarse sino que ha incorporado una cultura de RSE puede apreciar resultados, como ser:

*Reducción de costos: distintas iniciativas, sobre todo las enfocadas al medioambiente, logran reducir costos e improductividad, se pueden citar como ejemplos: políticas de reciclaje, cuidado energético y del agua, y prácticas de concientización del personal sobre gastos innecesarios.

*Mejora de la imagen de marca y reputación: las prácticas de marketing responsable, están vistas positivamente y fortalecen la opinión pública. Una buena reputación genera lealtad y confianza, lo que se traduce en valor agregado para los consumidores y mayor competitividad.

*Creación de valor financiero: las inversiones con perspectiva social producen el aumento en el precio de las acciones y generan una imagen favorable que atrae a nuevos capitales de inversión.

*Calidad del ambiente laboral: las políticas de recursos humanos que logran instituir los valores y creencias de la cultura de la organización estimulan el desarrollo profesional y personal de cada uno de los miembros de la empresa. Los resultados se traducen en una mayor productividad, motivación, honestidad y compromiso con los objetivos organizacionales.

*Desarrollo de la comunidad: las empresas que promueven el desarrollo de la comunidad obtienen grandes beneficios económicos, tales como: incremento de las ventas, performance financiera y mayor perdurabilidad del negocio en el tiempo.

1.5. Límites de la Responsabilidad Social Empresaria (Drucker, 1983)

Se considera conveniente exponer la posición de Peter Drucker en relación a lo que él llama los límites de la responsabilidad social de las empresas.

El autor expone ciertos límites a la responsabilidad social que se describen brevemente a continuación:

La primera limitación se relaciona con el objetivo principal de toda institución: el rendimiento específico de la misma. El autor expone diversos casos en los que, empresas que han ignorado la limitación del desempeño económico y han asumido responsabilidades sociales que no podían respaldar económicamente se han visto, posteriormente, en graves problemas financieros. Según Drucker, cualquier solución de un problema social que no implique la oportunidad de convertirla en rendimiento y resultados, origina costos sociales generales. Dichos costos no pueden solventarse con la ganancia sino que “se pagan con los costos corrientes – es decir, los paga el consumidor o contribuyente – o se pagan con el capital – es decir, con un futuro de menor número de empleos, de empleos menos atractivos y de reducción del nivel de vida.” Los gerentes deben ser capaces de reflexionar acerca de los límites de la responsabilidad social determinados por su propio deber en relación con la capacidad de desempeño de las empresas que están a su cargo. “No basta que las empresas actúen bien; también deben hacer el bien. Pero para hacer el bien ante todo una empresa debe actuar bien (más aún, actuar muy bien).”

El segundo limitante tiene que ver con el área de competencia de la institución. La administración de la organización necesita saber en qué áreas es incompetente. El ámbito de competencia de las empresas tiene que ver con la imputabilidad y mensurabilidad y, donde los criterios de desempeño sean intangibles y abstractos, la empresa no se sentirá cómoda. Por eso es importante, para iniciar un plan de inserción de responsabilidad social en una empresa, la definición de

metas claras y mensurables para tareas parciales específicas. “Con frecuencia, es posible convertir partes de un problema que en sí mismo está fuera de la competencia de la empresa en una tarea que concuerda con su competencia y su sistema de valores.” Cuando es posible identificar y definir una tarea, pueden determinarse metas, lo cual permite medir el rendimiento. Por lo tanto, es posible la adecuación de las empresas.

Por último, el autor se refiere al límite de la autoridad. Afirma que autoridad y responsabilidad son dos aspectos de la misma cuestión puesto que asumir responsabilidad siempre implica reclamar autoridad. Tal como se ha mencionado en otra oportunidad, el economista Milton Friedman defiende la posición pura de la empresa sosteniendo que la empresa debe atenerse a cumplir con su objetivo intrínseco, la maximización del beneficio, evitando la asunción de cualquier tipo de responsabilidad social. Pero, hoy por hoy, las empresas no pueden ser entidades puras. La sociedad requiere la resolución de problemas graves y urgentes en la que todos los que integramos la comunidad debemos intervenir. El propio interés particular de las empresas las obliga a preocuparse por la situación de la comunidad y a prepararse para afrontar responsabilidades fuera de sus áreas principales de actividad. Pero es esencial que la empresa comprenda que no le corresponde sustituir con su autoridad la del gobierno debidamente constituido, no le corresponde incursionar en áreas de política nacional, provincial o municipal ni puede utilizar su poder para imponer sus valores a la comunidad. Su actuación en el área de responsabilidad social debe ser una contribución al bien común y no una usurpación de poder, puesto que ello conlleva riesgos no sólo para la comunidad sino también para la empresa misma.

Se concluye que la empresa debe negarse a los reclamos de responsabilidad social que impliquen sobrepasar alguno de estos tres límites. Se considera importante tener presente dichas limitaciones a la hora de encarar un plan de acción para instaurar una gestión socialmente responsable en el ente con el objeto de evitar que la intervención de la empresa en este campo interfiera con el logro del desarrollo sustentable de la comunidad, perjudicando, al fin y al cabo, a todos quienes la conforman.

En caso de presentarse una situación que involucre exceder los límites, no basta la mera oposición a la acción. Según el autor mencionado *“La administración debe rechazar la responsabilidad de un problema social si esa actividad compromete o disminuye la capacidad de rendimiento de la entidad. Debe oponerse cuando el reclamo excede la competencia de la institución. Y debe rechazar la propuesta cuando de hecho, la responsabilidad implique ejercer una autoridad ilegítima. Pero luego, si el problema es real, conviene reflexionar acerca del caso y proponer una alternativa”*.

Hoy se vive en una sociedad pluralista, en la que el bien común es responsabilidad de cada uno de quienes forman parte de ella. Por eso, los gobiernos de todas las instituciones no pueden estar ajenos a los problemas sociales; seguramente tratarán que la solución que puedan proporcionar a dichos problemas represente una oportunidad de rendimiento pero es inevitable que se interesen en la cuestión ya que, en esta sociedad de organizaciones, nadie más se preocupará de los problemas reales.

2. HERRAMIENTAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RSE

Mundialmente, existen distintas organizaciones que se han dedicado a desarrollar principios y procedimientos, con el objetivo de guiar a las empresas en el desarrollo responsable de sus actividades. Estas instituciones se caracterizan por ser iniciativas voluntarias y estar integradas por representantes de los distintos grupos de interés.

Esas organizaciones pueden dividirse en dos grupos bien diferenciados (Mari, 2005):

- Las que dictan principios básicos y generales sobre el correcto comportamiento de las empresas en su relación con la sociedad y el medio ambiente.
- Las que toman directamente esos principios o los complementan con otros y elaboran los procedimientos adecuados para su implementación y la realización de los informes de resultados en las empresas.

2.1. Principios para la aplicación de responsabilidad social

Los lineamientos apuntan a las relaciones laborales, comunitarias y medioambientales de la empresa. Reconocen como bases la Declaración Universal de los Derechos Humanos, los Principios Fundamentales del Derecho al Trabajo dictados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Convención de Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño (en especial sobre trabajo infantil) y los Principios de la Cumbre de Rio sobre Medioambiente y Desarrollo.

Entre las instituciones que establecen principios básicos y generales se pueden citar (Mari, 2005):

❖ Pacto Global (Global Compact)

Es una iniciativa en 1999 por el Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan. Su objetivo es promover la RS Corporativa desarrollando valores universales.

Tiene como misión expandir los beneficios de la globalización y evitar sus efectos negativos mediante acciones de difusión y la convocatoria a los empresarios a adoptar nuevos principios vinculados a los derechos humanos, derechos del trabajo y medioambiente.

El Pacto Global está dirigido por el Programa de Naciones Unidas para el Medioambiente (PNUMA), la OIT y la Oficina del Alto Comisionado de Derechos Humanos.

Los diez principios que el Pacto Global propone respetar son:

- Derechos Humanos:

Principio 1: Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos

Principio 2: No ser cómplice de abusos y violaciones a los Derechos Humanos

- Ámbito laboral:

Principio 3: Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva

Principio 4: Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio

Principio 5: Abolir cualquier forma de trabajo infantil

Principio 6: Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación

- Medio ambiente

Principio 7: Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos del medioambiente

Principio 8: Promover mayor responsabilidad medioambiental

Principio 9: Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medioambiente.

- Anti-Corrupción

Principio 10: Las empresas deberán luchar contra la corrupción en todas sus formas incluida extorsión y criminalidad.

- ❖ OCDE Guidelines

Es un código de conducta corporativo creado en 1976 y revisado en el año 2000. Busca mejorar la relación entre los negocios y la sociedad dejando en claro los derechos y responsabilidades de las empresas transnacionales.

El principal objetivo es establecer políticas voluntarias que promuevan la transparencia empresarial, de modo específico en las relaciones laborales, la administración del medioambiente, sobornos, competencia, intereses de los consumidores y difusión de ciencia y tecnología.

- ❖ Green Paper (Libro Verde) de la Unión Europea

Este trabajo fue presentado por la Comisión de las Comunidades Europeas y aprobado en 2001. Su finalidad es fomentar la responsabilidad social empresarial voluntaria en valores éticos, gestión de medioambiente y recursos humanos, compromiso con la comunidad, etc., interactuando junto a ONGs, miembros de la sociedad y organismos gubernamentales.

Incentiva asimismo a los diferentes gobiernos de la Unión Europea a establecer normas en la materia, para contribuir a consolidar la responsabilidad social de las empresas.

2.2. Procedimientos para aplicar la RS

Por otro lado, se encuentran instituciones internacionales que han elaborado procedimientos, los cuales apuntan a facilitar la puesta en práctica de los principios referidos a responsabilidad social corporativa. Entre otras, se puede mencionar las siguientes:

✓ ISO (International Organization for Standardization) (ISO, 2010)

ISO (Organización Internacional de Normalización) es el mayor desarrollador mundial de las Normas Internacionales voluntarias. Dan el estado de las especificaciones del arte de productos, servicios y buenas prácticas, ayudando a hacer que la industria sea más eficiente y eficaz. Se desarrolla a través de un consenso global, que ayuda a eliminar las barreras al comercio internacional.

Se fundó en 1947, y desde entonces ha publicado más de 19 500 normas internacionales, que proveen a las empresas, el gobierno y la sociedad de herramientas prácticas en las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, ambiental y social. Las normas ISO hacen una contribución positiva al mundo en que vivimos. Ellas facilitan el comercio, la difusión del conocimiento, de los avances innovadores en tecnología y comparten prácticas de buena gestión y evaluación de conformidades.

ISO sólo desarrolla normas para las que exista un claro requerimiento de mercado. El trabajo se lleva a cabo por expertos en el tema, que vienen directamente de los sectores industrial, técnico y de negocios que han identificado la necesidad de la norma y que posteriormente la pondrán en uso. Estos expertos pueden trabajar conjuntamente con otros con conocimientos relevantes.

ISO 26000

La Norma internacional ISO 26000, Guía sobre responsabilidad social, ofrece armonizadamente una guía global pertinente para las organizaciones del sector público y privado de todo tipo, basada en un consenso internacional entre expertos representantes de las principales partes interesadas, por lo que alienta la aplicación de mejores prácticas en responsabilidad social en todo el mundo.

Antecedentes (IRAM, 2006)

En el año 2000 un número creciente de consumidores expresó su preocupación respecto a la integridad social de las corporaciones y sus operaciones en un mercado globalizado. En junio de 2000, el Comité sobre Políticas de Consumidores de ISO organizó un taller, cuyo anfitrión fue la Oficina de Normas de Trinidad y Tobago, en Puerto España, sobre el tema de la responsabilidad social corporativa.

En mayo de 2001, el Comité sobre Políticas de Consumidores de ISO comenzó un estudio de factibilidad sobre normas para la responsabilidad social corporativa y lanzó un foro en línea para recoger las visiones de los grupos de interés y facilitar la discusión mundial.

En septiembre de 2002, el Consejo de Gestión Técnica de ISO estableció un Grupo Consultivo Estratégico multi-stakeholder, para explorar adicionalmente, si ISO debiera o no embarcarse en el desarrollo de una norma sobre Responsabilidad Social Corporativa.

En abril de 2004, el Grupo Consultivo Estratégico, presentó un informe y recomendaciones finales. En junio de 2004, ISO celebró una conferencia sobre Responsabilidad Social, organizada por el Instituto Sueco de Normas, en Estocolmo. En la conferencia se discutió sobre si ISO debería asumir el trabajo sobre la responsabilidad social de las organizaciones, y si era así, de qué manera se debería hacer. Días después el Consejo de Gestión Técnica concluyó favorablemente acerca del desarrollo de la norma ISO guía sobre RS. En octubre de 2004, ISO distribuyó una Propuesta de Nuevo Ítem de Trabajo para el desarrollo de una norma de RS a sus organismos miembros con un período de votación de tres meses.

En enero de 2005, la votación de la Propuesta para Nuevo Ítem de Trabajo finalizó con una amplia mayoría a favor del desarrollo de una norma de responsabilidad social.

Cabe destacar que Argentina es país miembro, a través de IRAM y designó expertos para participar en la elaboración de la ISO 26000.

¿Qué es ISO 26000? (ISO, 2010)

ISO 26000 es una Norma internacional ISO que ofrece una guía en RS. Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. ISO 26000 contiene guías voluntarias, no requisitos, y por lo tanto no es para utilizar como una norma de certificación. La norma apunta a fomentar el compromiso voluntario con la responsabilidad social y lidera una guía común sobre conceptos, definiciones y métodos de evaluación.

ISO 26000 ayudará a todo tipo de organización - independientemente de su tamaño, actividad o ubicación - a operar de una manera socialmente responsable, al proporcionar una guía sobre:

- Conceptos, términos y definiciones relacionados con la responsabilidad social
 - Antecedentes, tendencias y características de la responsabilidad social
 - Principios y prácticas relativas a la responsabilidad social
 - Materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social
 - Integración, implementación y promoción de un comportamiento socialmente responsable a través de toda la organización y a través de sus políticas y prácticas, dentro de su esfera de influencia
 - Identificación y compromiso con las partes interesadas
 - Comunicación de compromisos, desempeño y otra información relacionada con la responsabilidad social.
- ✓ Social Accountability 8000 (SA 8000) (Mari, 2005)

Esta norma fue desarrollada por la Social Accountability Internacional (SAI), una organización no gubernamental sin fines de lucro fundada en 1997 en Estados Unidos, dedicada a mejorar el ambiente laboral y evitar la explotación de los trabajadores, a través de la aplicación voluntaria de estándares de trabajo en las empresas, combinados con verificaciones periódicas independientes e informes públicos.

SA 8000 es una herramienta que permite a las organizaciones asegurar condiciones laborales justas y decentes, internamente, en la empresa, y externamente, en relación a sus proveedores. Genera una red de empresas virtuosas, pues exige a las compañías participantes que se inclinen por proveedores que cumplan con los requisitos de SA 8000.

El proceso de verificación se basa en los modelos ISO y agrega los elementos necesarios para la auditoría social incluyendo requerimientos mínimos de desempeño, entrevistas con el personal y un sistema abierto de quejas y solicitudes. Las empresas que certifican la SA 8000 se ven obligadas a mantener las condiciones iniciales a lo largo del tiempo ya que son sometidas a auditorías anuales, renovándose la certificación cada tres años.

SA 8000 provee estándares para certificar el desempeño de las compañías en nueve áreas:

- Trabajo infantil
- Trabajo forzoso
- Salud y seguridad
- Libertad de asociación

- Prácticas de disciplina
 - Discriminación
 - Horas de trabajo
 - Compensaciones
 - Administración
- ✓ Global Reporting Initiative (GRI) (Mari, 2005)

En el ámbito internacional, el Global Reporting Initiative (GRI) provee un marco para la elaboración de reportes de sustentabilidad.

Creada en 1997 e independizada en 2002, GRI es un centro oficial de colaboración de la UNEP (United Nations Environmental Program- Programa Medioambiental de Naciones Unidas).

La misión es desarrollar y promover lineamientos, globalmente aplicables, para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad. Estas guías son de uso voluntario por parte de las organizaciones para informar las dimensiones económicas, medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios. El GRI incentiva la participación activa de representantes del mundo de los negocios, contabilidad, inversión, medioambiente, derechos humanos, investigación y organizaciones laborales de todo el mundo. En la actualidad, son más de 700 las empresas multinacionales que siguen los lineamientos del GRI para la realización de este tipo de reportes.

- ✓ AccountAbility 1000 (AA 1000) (Mari, 2005)

Ha sido diseñado en 1999 por el Institute of Social and Ethical Accountability para mejorar la e incrementar la contabilidad social y ética, así como la realización de auditorías e informes relacionados con estos aspectos dentro de las empresas.

El AA1000 describe un conjunto de procesos que una organización puede seguir para contabilizar, administrar y comunicar su desenvolvimiento social y ético, sin precisar o especificar cuál debería ser ese desenvolvimiento.

2.3. RSE en Argentina (Paladino, 2002)

A través de los diferentes períodos históricos se evidencia en Argentina un mayor compromiso e interés en los diversos campos asociativos. En la época colonial las acciones eran de tipo caritativas,

y realizadas especialmente por la Iglesia Católica. Luego, con la formación del Estado independiente, se comenzó a hablar de filantropía, y fue el propio Estado quién principalmente comenzó a ocuparse de las necesidades sociales. Entre 1920 y 1976 el partido peronista reemplazó la idea de la filantropía por justicia social. La gran crisis económica que golpeó a la sociedad argentina durante la década del ochenta condujo a que las organizaciones civiles efectuaran acciones solidarias, con el fin de mitigar las profundas carencias y necesidades de la población.

En los últimos años el concepto que se manifiesta mundialmente acerca de esta noción de filantropía y/o solidaridad, es el de RSE, debido a la mayor participación y poder de las empresas en la sociedad, aumento de su compromiso como ciudadanos y disminución del rol social del Estado. El hecho de que las empresas, durante el período 1990-2003 hayan renovado su interés por su papel social dentro de la sociedad, en el marco de la Sustentabilidad Corporativa, ciertamente demuestra una fuerte transformación en la sociedad argentina, expandiendo el compromiso que, de forma similar, están proporcionando el resto de las empresas de mundo.

Actualmente, las instituciones han provisto una gran cantidad de recursos en numerosas actividades en todo el país.

Del recorrido histórico, se puede inferir que existen nuevas tendencias por parte de las empresas dentro de la tradición de efectuar donaciones; y que se está gestando poco a poco una intención de mejora, evidenciando así un principio de cambio de paradigma sobre la relación empresa-sociedad.

Si bien el concepto no ha sido aún completamente incorporado, puede observarse la realización de actividades tendientes a lograrlo. Tal es el caso de la creación del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE), que es una organización que trabaja para constituirse en un centro de referencia nacional en materia de responsabilidad social de las empresas. Fue fundado a mediados del año 2002 con la misión de “promover y difundir el concepto y la práctica de la Responsabilidad Social Empresaria, para impulsar el desarrollo sustentable de Argentina”. Se trata de una organización privada, sin fines de lucro, con sede en la ciudad de Córdoba (Argentina). Hoy posee un destacado y creciente grupo de más de 110 empresas que lo apoyan en el cumplimiento de su misión institucional. El IARSE trabaja en red con organizaciones comprometidas con la instalación de la RSE en Argentina. Esta red está conformada por núcleos empresarios que funcionan en distintas ciudades del país. Autónomos e independientes, los núcleos cuentan con programas propios de trabajo para contribuir a que las empresas que los conforman puedan llevar adelante una gestión ética y socialmente responsable. (IARSE)

Entre las instituciones que se dedican a la promoción de los conceptos de RSE se puede citar (Muro, 2003):

- Instituto de Altos Estudios Empresariales de la Universidad Austral. Es la escuela de Dirección y Negocios con experiencia en la formación de empresarios y ejecutivos en Sudamérica.
- Centro de Estudios de Estado y Sociedad (CEDES). Fundado en julio de 1975, su actividad se orientó desde sus inicios al estudio de los problemas sociales, políticos y económicos de Argentina y de América Latina.
- Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA). Institución para el desarrollo de empresarios, cuya actividad es diseñada, dirigida y realizada con las empresas.
- Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS). Es el capítulo local del WBCSD (Consejo Empresario Mundial para el Desarrollo Sostenible). Es una organización no sectorial que nuclea a empresas líderes radicadas en el país, de diferentes sectores de la economía, unidas por un compromiso en común: el desarrollo sostenible.

2.4. RSE en Mendoza

❖ Normativa Legal (Ley N° 8488. Responsabilidad Social Empresaria, 2013)

La legislatura de la Provincia de Mendoza aprobó en el año 2012 la ley de Responsabilidad Social Empresaria N° 8488, que instala a la Provincia como la primera en el país en tener una ley que regule y promueva la gestión responsable de las empresas. La ley es producto de un proceso multidisciplinario, en el que participaron organizaciones como el Consejo Empresario Mendocino, Consejo de Ciencias Económicas, Federación Económica de Mendoza, UCIM y Valos; en conjunto con la Legislatura y el Ministerio de Agroindustria y Tecnología.

La ley pretende contribuir y promover prácticas Socialmente Responsables en todas aquellas empresas y organizaciones que tengan domicilio legal y comercial en la jurisdicción o desarrollen su actividad principal en la provincia de Mendoza. Cabe destacar que la reglamentación no es obligatoria; siendo de esta manera un instrumento que permita cumplir, con una objetiva valoración y evaluación, la sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera.

Crea tanto un índice como un sello de RSE, además de ofrecer beneficios impositivos y de crédito para quienes se desempeñen de manera responsable a nivel social y ambiental. Dentro de los beneficios que tendrán las empresas que reciban el sello de Empresa Comprometida con la RSE se encuentran que tendrán prioridad en las contrataciones que realicen los Estados provincial y

municipal, tendrán mejor y mayor posibilidad de acceso a créditos del Fondo para la Transformación y el Crecimiento, y tendrán un descuento de hasta el 10% en el pago de impuestos.

Las empresas que decidan adherir a la ley deberán presentar el Balance de Responsabilidad Social y Ambiental Empresaria (BRSAE). La normativa fija un marco legal para la elaboración del mismo. Los BRSAE deben reflejar los procedimientos internos aplicables por las empresas y que satisfagan los requisitos de objetivos mensurables, trazables y auditables. Los mismos deberán presentarse anualmente a la fecha de cierre del ejercicio económico, vale agregar que estos balances deberán ser auditados por profesionales independientes y serán públicos y de libre acceso por parte de la población.

El ministerio de Agroindustria, que será la autoridad de aplicación, debe elaborar en forma progresiva un Índice de Responsabilidad Social Empresaria (IRSE), considerando los indicadores establecidos, como un instrumento de medición y evaluación que permita valorar el trabajo realizado por cada una de las empresas.

❖ Valos. Institución dedicada a la promoción de la RSE (VALOS)

Su nombre hace referencia a la palabra valor, Valos es una institución mendocina dedicada a promover la creación de valor genuino en empresas (valor económico, social y ambiental); desde una búsqueda orientada en valores, como la responsabilidad, la ética, la justicia, la confianza, la equidad y la transparencia.

Su visión consiste en “contribuir desde el sector empresario para alcanzar una Mendoza sostenible.” Y tiene como misión “movilizar y acompañar a la comunidad empresaria en el camino hacia el desarrollo sostenible.”

La organización promueve prácticas de responsabilidad empresaria junto a empresas y empresarios que operan en Mendoza, alentando relaciones sinérgicas, en una nueva forma de hacer negocios y promoviendo el desarrollo sostenible de nuestro medio.

Pueden participar todas las empresas que operan en Mendoza desarrollando acciones de responsabilidad social, independiente del tamaño, del sector de la economía y de la cantidad de empleados; sea en forma individual de cada empresa o en grupos de ellas.

Valos mantiene y organiza sus actividades principalmente con recursos provenientes de la contribución de sus empresas adherentes. Esta es su principal fortaleza estratégica que le permite promover la cultura de la RSE en Mendoza

Entre los servicios que brinda Valos a sus empresas adheridas se pueden mencionar:

- Brinda herramientas de gestión y publicaciones
- Asistencia gratuita a los talleres de gestión
- Relevamiento de los indicadores de gestión (semestral)
- Relevamiento de prácticas exitosas de empresas
- Entrega informes personalizados
- Asistencia gratuita a debates, conferencias, talleres
- Provee a la empresa un listado de ONG referentes
- Estimula a las empresas a participar, crear y apoyar organizaciones de la sociedad civil
- Realización de reuniones reducidas con especialistas
- Promociona acciones de ciudadanía empresaria
- Presenta proyectos sociales
- Envío quincenal de boletín informativo electrónico

CAPÍTULO II

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA Y PYMES

Debido a que en el presente trabajo se analizará la situación de la RSE en una muestra de empresas de nuestro departamento, es preciso aclarar que la mayor parte de las mismas constituyen PyMEs, y que en Mendoza, el 99,98% de las empresas corresponden a Micro, Pequeñas o Medianas Empresas, según datos del Censo Nacional Económico 2004/05 de INDEC; por ello se considera adecuado incorporar algunos conceptos sobre la temática.

1. PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

1.1. Concepto

La doctrina define a la pequeña y mediana empresa como aquella organización con escaso peso en el mercado, gerenciamiento personalizado e independencia de decisiones de las firmas grandes. (Canales, 2010)

Contrariamente a lo que ocurre en la Unión Europea (donde existe una definición uniforme de la PyME), los países latinoamericanos no cuentan con una definición común sobre el concepto, de forma que cada país utiliza la suya propia.

En Argentina se define a las pymes por las ventas anuales y según el tipo de empresa. La clasificación depende del esquema (tabla 1) de ingresos anuales sin impuestos (en pesos argentinos) o que hayan pedido excepción ante la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional para su inclusión como pyme por tener ingresos en dólares por realizar exportaciones.

El MERCOSUR también cuenta con un criterio de clasificación para determinar el tamaño de las empresas para los países miembros del bloque, que fue actualizado por última vez en 1998. Sin embargo, cada uno de estos países implementa su propio criterio de clasificación en la aplicación de sus políticas dirigidas a determinado segmento de empresa de acuerdo a su tamaño.

En la definición general del MERCOSUR el tamaño de la empresa queda definido bajo los dos criterios conjuntos: ocupados y ventas anuales. Sin embargo, se explicita que prevalece el de ventas, y el de ocupados es utilizado como referencia. Aquí los límites de clasificación también difieren de acuerdo al sector de actividad de pertenencia de la empresa, distinguiendo en este caso entre Industria, y Comercio y Servicios. Por otra parte, los rangos no coinciden con los aplicados en Argentina. (PyME, 2013). En la tabla 2 se observan los parámetros.

Tabla 1

| Tamaño/Sector | Agropecuario | Industria y minería | Comercio | Servicios | Construcción |
|---------------|---------------|---------------------|----------------|---------------|---------------|
| Microempresa | \$ 610.000 | \$ 1.800.000 | \$ 2.400.000 | \$ 590.000 | \$ 760.000 |
| Pequeña | \$ 4.100.000 | \$ 10.300.000 | \$ 14.000.000 | \$ 4.300.000 | \$ 4.800.000 |
| Mediana | \$ 24.100.000 | \$ 82.200.000 | \$ 111.900.000 | \$ 28.300.000 | \$ 37.700.000 |

Fuente: Resolución n° 21/2010 de la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional.

Tabla 2

| 1998 | Industria | | Comercio y Servicios | |
|----------------|-----------------|--------------------------------|----------------------|--------------------------------|
| | Ocupados | Ventas Anuales (miles de U\$S) | Ocupados | Ventas Anuales (miles de U\$S) |
| Micro | Hasta 20 | Hasta 400 | Hasta 5 | Hasta 200 |
| Pequeña | Entre 21 y 100 | Entre 400 y 3500 | Entre 6 y 30 | Entre 200 y 1500 |
| Mediana | Entre 101 y 300 | Entre 3500 y 20000 | Entre 31 y 80 | Entre 1500 y 7000 |

Fuente: MERCOSUR/GMC/Res a 59/98

1.2. Características de las pequeñas y medianas empresas

A partir de la lectura atenta de distinta bibliografía e información recabada, se está en condiciones de decir que, en general, las PyMEs poseen, entre otras, las siguientes características:

- La propiedad y la gestión se concentran en una sola persona y/o en una familia, asumiendo el jefe la responsabilidad del manejo comercial, financiero y técnico del negocio. El propietario – gerente asume un rol central en la vida de las PyMEs. Este empresario es aquel individuo que:

- organiza la producción realizando el diagnóstico de la situación económica, el plan de acción, la organización administrativa y el control de ejecución de lo planificado
- asume los riesgos
- ejerce la función de autoridad

En las pequeñas empresas este rol se amplía significativamente. Sólo el propietario gerente es quien establece el objetivo principal, los valores y la identidad de la empresa. Y a su vez, debe ocuparse de las tareas diarias y hacer contribuciones claves en áreas que él conoce. La PyME es un fiel reflejo de su creador, que individualmente dio origen a esa empresa no sólo como medio de supervivencia sino también para su propia autorrealización.

El empresario PyME presenta, en general, las siguientes características:

- Dificultad para la delegación de tareas: el empresario siente que “tiene que estar en todo” y si no es así, nada funciona correctamente. Los ejecutivos, cualquiera sea el tamaño de la empresa, deben rodearse de empleados capacitados, creando un equipo de trabajo y compartiendo responsabilidades. El individualismo es un elemento que perjudica a la empresa.
- Utiliza la intuición como herramienta para dirigir la marcha de la empresa: si bien el sentido común y la experiencia son muy importantes a la hora de tomar decisiones, es esencial agregar a ello información y organización. Ante un contexto como el que actualmente se presenta, complejo y cambiante, es esencial la capacitación continua del empresario y sus colaboradores.
- Falta de utilización de herramientas técnicas: el empresario PyME desarrolla actividades en las distintas áreas de la empresa: ventas, compras, producción, recursos humanos, finanzas, etc., sin tener, necesariamente, conocimientos técnicos en cada una de ellas. La utilización de herramientas como presupuestos, pronósticos de ventas, flujos de fondos, costos, entre otras, permitirán al empresario obtener información clara, correcta y oportuna para mejorar su posición a la hora de decidir.
- Generalmente, utilizan mano de obra poco calificada lo que trae aparejado poca capacidad de uso y adaptación de las fuentes de información y tecnologías disponibles. A su vez, no cuentan con

capacidad económica para retener a los mejores empleados dadas las limitaciones en cuanto a la oferta remunerativa que pueden proponer.

- Presentan dificultades en el acceso al crédito, debiendo contar para obtenerlo, con bienes personales de los empresarios para garantizar los préstamos requeridos, que en general, son onerosos.

- En el caso de las empresas más pequeñas, la producción rara vez se planifica.

- Son altamente dependientes de sus proveedores locales, lo cual implica a su vez un riesgo implícito en caso de dificultades de esos proveedores. Además, si la propia PyME es proveedora de grandes empresas, dado su reducido poder de negociación, se ve subordinada a la voluntad de aquella.

- Los miembros se relacionan entre sí en forma directa, con un tipo de vinculación “cara a cara” puesto que la estructura organizacional es mínima. Pero esta mínima organización se transforma en un problema cuando la empresa comienza a adquirir mayores dimensiones.

- Características organizativas de las pequeñas empresas:
 - Relaciones personales no formalizadas: cuando el número de personas es pequeño, los miembros de la organización se relacionan en forma directa. Como consecuencia de ello, muchas veces se superponen las cuestiones operativas con las que surgen de las relaciones interpersonales y esta situación se complica aún más si existen vínculos familiares.

 - Falta de precisión en la asignación de funciones: frecuentemente, no se cumple en las PyMEs uno de los principios básicos de la administración cual es la división del trabajo, definiéndose claramente las tareas a asignar a cada puesto. Por más pequeño que sea el ente, es conveniente que cada uno de los miembros tenga un puesto definido, con tareas asignadas de modo de evitar superposiciones inconvenientes. Al no existir funciones fijas y bien delimitadas, cuando la empresa comienza a crecer en tamaño y actividad, se suscitan problemas derivados de la confusión de responsabilidades y de la pérdida de eficiencia por falta de especialización.

 - Coordinación a cargo de los propietarios: por sus características, el empresario, propietario de la pequeña empresa, interviene en la resolución de todos los problemas que se presenten, por

minúsculos que sean. La situación se agrava ante la inexistencia de mandos intermedios en los cuales dicho empresario pueda delegar autoridad, en gran parte, porque el propio empresario no promueve su formación.

- Control directo del empresario

- Desprecio por los aspectos formales: procedimientos, estados contables y financieros, registros de clientes, evolución de ventas, etc., no constituyen aspectos que las PyMEs consideren importantes. Es más, los empresarios pueden llegar a pensar que implican un gasto de tiempo y dinero completamente prescindible. Esto trae como consecuencia la inexistencia de información correcta y oportuna para tomar decisiones o efectuar controles.

1.3. La responsabilidad social y las particularidades de las PyMEs (Vives, Corral, & Isusi, 2005)

La mayoría de los conceptos e instrumentos relacionados con el concepto de RSE han sido desarrollados por y para grandes empresas, mientras que la atención dedicada a las PyMEs ha sido mucho menor.

La RSE entre las PyMEs necesita una visión distinta a la que se utiliza en las empresas grandes, dado que están sujetas a un conjunto de características propias e intrínsecas que las hacen muy diferentes y que por supuesto afectan los contenidos, la extensión y naturaleza de las actividades de RSE.

Las PyMEs en general y las micro y pequeñas empresas en particular se caracterizan por una baja intensidad de capital, presencia de propietarios/socios/familiares como mano de obra, estructura burocrática mínima, poder centralizado, dificultades para el acceso a financiación exterior o subordinación a grandes empresas.

La influencia de estas características en la temática RSE puede resumirse en los siguientes puntos:

- ❖ Las PyMEs juegan un papel relevante de carácter social, por ser creadoras de empleo y amortiguadores del problema del desempleo.

❖ En la mayoría, la propiedad y la gestión de la empresa se concentra en la figura del propietario-gerente. Esto permite explicar la influencia que tienen en las decisiones empresariales (entre ellas las relativas a las actividades ligadas con la RSE) las expectativas, deseos y objetivos propios y personales del propietario-gerente (o de la familia).

❖ El supuesto generalizado en teoría económica de que la maximización de beneficios es un objetivo de toda empresa puede que no sea del todo cierto en el caso de las PyMEs, por lo que en muchos casos éstas persiguen una rentabilidad satisfactoria que les garantice su viabilidad al mismo tiempo que les permite dedicar parte de sus esfuerzos a otros objetivos ligados con razones altruistas, sociales o morales.

❖ Casi todas las empresas pequeñas operan en mercados locales, esto les permite una mayor libertad en sus decisiones de RSE al no estar expuestas a las críticas de los medios de comunicación y de la sociedad civil, mucho más pendientes de las actuaciones de las empresas grandes. Por otro lado, las PyMEs aparecen fuertemente ligadas con la suerte social y económica de sus comunidades, ya que la mayor parte de sus clientes y trabajadores provienen de su área geográfica próxima; de esta forma, la reputación de la empresa y su imagen como empleador, productor o actor en el ámbito local influyen ciertamente en su competitividad.

❖ Las PyMEs en general cuentan con importantes limitaciones en términos financieros que dificultan su acceso a financiación exterior. Esta importante barrera afecta negativamente su implicación en actividades de RSE, especialmente en aquellas que requieren un planteamiento a medio y largo plazo o que no son percibidas como estratégicas o básicas para el negocio. Es de esperar que la situación económica y sus efectos cíclicos tengan un efecto muy importante en la implicación de las PyMEs en actividades de RSE, especialmente en momentos de recesión económica.

❖ Las PyMEs también se ven limitadas por factores ligados con la falta de tiempo y de personal. Así, los propietarios-gestores de PyMEs cuentan en general con una estructura burocrática mínima, lo que les obliga a dedicar una parte muy importante de su tiempo y energías a resolver los pequeños problemas cotidianos de sus empresas. No resulta por tanto sorprendente que, ante tales limitaciones los gestores de las PyMEs sean más reactivos que proactivos con relación a sus actividades de RSE, ya que la atención a las actividades principales de la empresa es siempre prioritario.

❖ Para las PyMEs, las relaciones humanas son uno de sus componentes clave y distintivo; las relaciones que se establecen entre los propietarios-gerentes y sus empleados y otros stakeholders como proveedores, clientes o incluso competidores permite la construcción de relaciones humanas y profesionales a un nivel impensable en muchas grandes empresas.

2. IMPLANTACIÓN DE LA RSE ENTRE LAS PYMES LATINOAMERICANAS

(Vives, Corral, & Isusi, 2005)

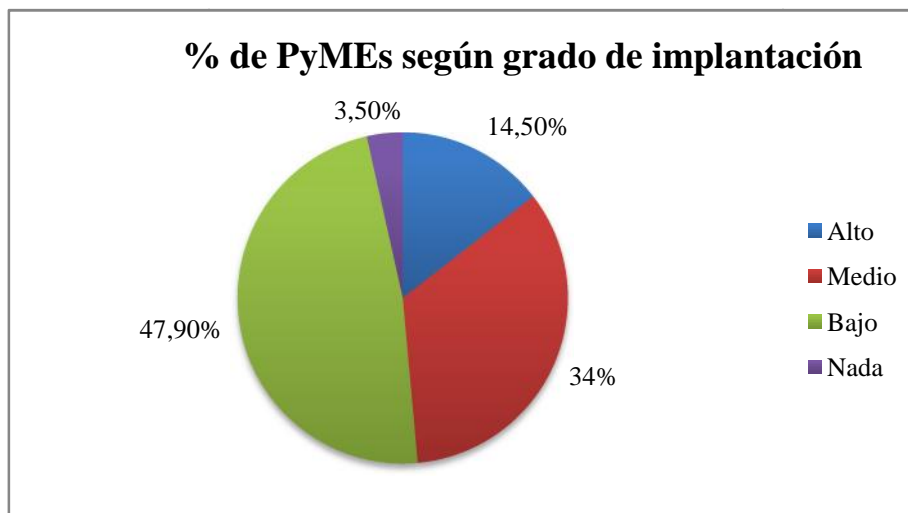
Es interesante exponer, en forma sintética, la situación actual por la que transitan las PyMEs, en cuanto a su comportamiento social y medioambientalmente responsable.

Se coincide en que, si bien las PyMEs no conocen concretamente el término RSE y lo que el mismo comprende, suelen llevar a cabo acciones que se encuadran como socialmente responsables, aunque es usual que las desarrollen en forma aislada y no como parte de la estrategia de la empresa.

Con el objetivo de conocer el estado de la RSE en las PyMEs en nuestro continente, se tomarán como referencia los resultados obtenidos por la “Encuesta sobre Responsabilidad Social Empresarial entre las PyMEs Latinoamericanas 2004”, expuestos en un informe elaborado por la consultora Ikei junto al Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la cual se realizó sobre la base de las respuestas brindadas por PyMEs pertenecientes a Argentina, Brasil, Chile, Colombia, El Salvador, México, Perú y Venezuela.

Los resultados obtenidos demuestran que, si bien son pocas las empresas que no llevan adelante acciones de RSE, es preponderante la existencia de un bajo grado de implantación, lo cual indica que las PyMEs analizadas desarrollan actividades de RSE pero en forma esporádica y sin relación con la estrategia de la empresa.

Gráfico 1



Fuente: Vives, A.; Corral, A e Isusi, I; “Responsabilidad social de la Empresa de Latino América”, BID e IKEI, 2005

El grado de implantación de responsabilidad social fue analizado también en cada una de las dimensiones interna, externa y medioambiental, y se observó que el campo en el que se registra un nivel de implantación mayor es en la RSE interna (empleados, proveedores y clientes). Las actividades vinculadas con este campo son las que se exponen en la tabla 3.

Tabla 3: Actividades de RSE interna

| | |
|---|---|
| Conciliación trabajo-familia/igualdad de oportunidades | Horarios de trabajo flexibles |
| | Facilidades para la obtención de permisos |
| | Política de igualdad de oportunidades en la contratación |
| Salud y bienestar de los trabajadores | Prevención de riesgos de trabajo |
| | Exámenes médicos periódicos al personal |
| | Actividades formativas para el personal sobre seguridad y prevención de riesgos laborales |
| | Respeto de las horas de trabajo y las jornadas de descanso de los empleados |
| Formación de los trabajadores | Facilidad de horario para la asistencia del personal a capacitación |
| | Financiación de cursos de formación del personal |
| | Organización de cursos específicos |
| | Planes de formación de su plantilla de trabajadores |
| | Participación de los trabajadores |
| | Espacios de diálogo trabajadores-directivos de la empresa |
| | Respeto de los CCT existentes en el sector |
| | Beneficios sociales a sus empleados |
| Sistemas de participación de los empleados en el capital social/beneficios del ente | |
| Otras prácticas de buen gobierno empresarial | Sistema independiente para la auditoría de sus cuentas |
| | Supervisión de la actuación socialmente responsable de proveedores/subcontratistas |
| | Sistemas de gestión de calidad |
| | Políticas internas contra prácticas de corrupción |

Fuente: Elaboración propia sobre la base de Vives et al (2005)

Las actividades menos trascendidas entre las PyMEs son las relacionadas con la responsabilidad medioambiental, o sea, aquellas destinadas a disminuir el impacto que sus actividades productivas tienen sobre el medio ambiente. Las empresas que han realizado alguna actividad en lo que respecta al cuidado del medioambiente, declaran que estas fueron, entre otras, poseer un sistema integral de gestión ambiental, el aprovechamiento de subproductos de la producción, desarrollar programas de eficiencia en el consumo de agua, y de tratamientos de residuos.

En lo que respecta a RSE externa las acciones que las PyMEs llevan a cabo revisten las características de ser reactivas, esporádicas y fragmentadas, sin una vinculación con la estrategia de la empresa y sin incorporarlas a los objetivos propios del ente. Una de las modalidades que las PyMEs suelen utilizar para contribuir con la comunidad son las donaciones a instituciones sin fines de lucro, y son muy pocas las empresas que realizan un seguimiento de dichos fondos dentro de las organizaciones receptoras de la donación. En Argentina, por ejemplo, las donaciones representan la principal práctica de RSE que llevan a cabo las pequeñas empresas, destinando las mismas a instituciones sin fines de lucro elegidas esencialmente por su proximidad geográfica. Otros modos de apoyo a actividades de RSE externa se exponen en la tabla 4.

Tabla 4: Principales modos de apoyo a la realización de actividades de RSE externa

| Modo de apoyo | Proporción de PyMEs que los utilizan |
|--|--------------------------------------|
| Donaciones | 70,70% |
| Actividades de patrocinio | 36,00% |
| Participación de propietarios/ gerentes en actividades sociales | 33,90% |
| Participación de empleados en actividades sociales | 20,00% |
| Marketing con causa | 12,90% |
| Otros | 3,00% |

Fuente: Elaboración propia sobre la base de Vives et al (2005)

También se indagó en el grado de cumplimiento que las empresas manifestaron tener en los distintos campos en los cuales existe legislación a acatar, ya que el accionar socialmente responsable implica ir más allá del cumplimiento de los mínimos que imponen las leyes y normativas.

Los resultados muestran la existencia de diferencias en cuanto al cumplimiento de la normativa conforme a los distintos campos a los cuales se refirió la encuesta, ver tabla 5.

Se observa que las PyMEs latinoamericanas declaran no cumplir con el 100% de las normas que las alcanzan. Las áreas en las que se registran mayores grados de incumplimiento son las que tienen que ver con la protección del consumidor y las normas medioambientales.

Tabla 5: Grado de cumplimiento de las obligaciones legales existentes

| Campos consultados | Proporción de PyMEs que declaran cumplimiento |
|---------------------------|--|
| Salario mínimo | 93,70% |
| Pago de impuestos | 89,40% |
| Legislación laboral | 84,90% |
| Seguridad social | 82,80% |
| Protección al consumidor | 76,80% |
| Normas medioambientales | 54,70% |

Fuente: Elaboración propia sobre la base de Vives et al (2005)

La encuesta también apuntó a investigar la percepción que los empresarios tienen sobre el concepto de RSE. Las respuestas mostraron la existencia de un bajo compromiso de las PyMEs en cuanto a considerar a la RSE como una prioridad dentro de la empresa. Los encuestados también manifestaron percibir la creciente presión que los grupos de interés ejercen sobre la empresa en pos de asumir un compromiso real y concreto en los campos social y medioambiental. En relación a esta presión, el análisis muestra la existencia de una relación directa entre el grado de percepción de dicha presión y el grado de implantación de RSE. Aunque las empresas con un grado bajo de implantación de RSE, si bien consideran en menor medida la existencia de estas presiones por parte de los stakeholders, reconocen que estas existen.

En relación a los motivos por los cuales las PyMEs de América Latina incursionan en actividades socialmente responsable, se sugiere la existencia de razones externas e internas a estas empresas que favorecen el desarrollo de tales acciones.

Entre las razones externas se mencionan:

- El resurgimiento de la democracia en el continente
- La insuficiente intervención del Estado en lo social
- El creciente protagonismo del sector privado
- La progresiva globalización de los mercados que genera la existencia de consumidores y clientes conscientes en los países desarrollados que ejercen presiones a través de la cadena de abastecimiento

Los motivos internos que se manifiestan son:

- Consideraciones ético-religiosas
- Mejoras esperadas en la imagen y reputación de la empresa
- Mejora del clima organizacional de la empresa
- Presiones de grupos de interés
- Beneficios económicos esperados
- Interés del dueño o equipo directivo en actividades relacionadas con RSE, dada la influencia del propietario en las empresas más pequeñas.

De la encuesta RSE-PyMEs del BID, se pueden obtener distintas conclusiones:

- Las razones ético-religiosas tienen un peso relativamente importante en las tres áreas, lo que indica que las actividades desarrolladas en el campo de la RSE por las PyMEs dependen en gran parte de la actividad personal del propietario.
- En lo que se refiere a la mejora de los resultados económicos, no se presenta como una razón significativa en las acciones de RSE externa, aunque sí lo hace en los campos de RSE interna y medioambiental. En el área de RSE medioambiental, representa la razón con mayor peso dado que, en general, las acciones relativas al cuidado del medioambiente que llevan a cabo las PyMEs se vinculan a programas de eficiencia en el consumo.
- La mejora de la satisfacción laboral de los trabajadores aparece como el principal motivo para el desarrollo de actividades de RSE interna, aunque esta razón también ejerce influencia, en menor medida en el resto de las áreas.
- Las obligaciones legales y administrativas en cada campo actúan como elemento dinamizador de las actividades de RSE, lo que arroja dudas sobre el carácter voluntario de las mismas.
- En ninguna de las áreas, las presiones de terceras partes son percibidas como un motivo relevante para las PyMEs en relación a las acciones de RSE.

Así como hasta el momento se han expuesto los motivos por los cuales las PyMEs desarrollan actividades de RSE, también es importante conocer cuáles son las barreras que ellas perciben y que les impiden o dificultan su participación en actividades socialmente responsables.

En relación a la RSE externa, la principal razón por la cual las PyMEs no llevan a cabo actividades es por falta de recursos financieros. Esto unido a las debilidades organizativas, técnicas y gerenciales, es el primer impedimento. La segunda razón tiene que ver con el hecho de que la empresa nunca se planteó el tema; esta razón también se presenta en un porcentaje amplio como justificativo de

la inactividad de las PyMEs en el ámbito de la RSE medioambiental. Muchas empresas no llevan a cabo actividades socialmente responsables porque perciben que dicha responsabilidad social es una cuestión que compete únicamente a empresas transnacionales con grandes recursos.

En lo vinculado a la RSE medioambiental, la barrera más importante que justifica la inactividad de las PyMEs tiene que ver con que estas consideran que su empresa no tiene ningún impacto ambiental, lo cual no es realista dado que toda empresa por pequeña y poco contaminante que sea su actividad, tiene impactos en el medioambiente.

Por todo lo explicitado sobre la situación de las PyMEs latinoamericanas en lo que respecta a su vinculación con la responsabilidad social, se puede afirmar que existe, en general un desconocimiento del concepto de RSE y de la integralidad de su significado. A pesar de desarrollar ciertas actividades que pueden tildarse de socialmente responsables, son pocos los casos en que estas se incorporan como objetivos de la empresa y tienen más bien un carácter esporádico.

Si se consideran las distintas etapas en la evolución histórica de la RSE, podría afirmarse que, en América Latina, las PyMEs aún transitan por una etapa inicial, donde los comportamientos socialmente responsables están más relacionados con un comportamiento filantrópico que con una forma de gestión que incluya a la RSE entre los objetivos propios de la actividad del ente, incorporándola a la estrategia de la empresa.

3. PAUTAS PARA LA INSERCIÓN DE RSE EN LAS PYMES (FOMIN, 2009)

A criterio de las autoras resulta útil exponer, en la presente sección, un modelo de pasos a seguir para la implementación de RSE en las PyMEs, elaborado en base a los esquemas presentados por el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN).

3.1. Esquema de implementación

Se desarrollará el esquema respetando una serie de fases y etapas detalladas a continuación:

Primera fase: Preparación

Primeramente se deberá analizar y reflexionar acerca de los argumentos empresariales, si éstos coinciden o no con las bases y metas de la RS, ya que si la intención única de ente es maximizar las utilidades económicas, difícilmente se logre desarrollar un programa de RSE. Es necesario que el

empresario comprenda la importancia de este tema y se concientice que su empresa, por pequeña que sea, incide en el medio que la rodea en las dimensiones social y medioambiental y que dicha influencia es la que le otorga responsabilidad en su actuación. En este punto es que cobra importancia la labor del profesional en Ciencias Económicas, ya que al estar en permanente contacto con la empresa será su tarea difundir prácticas, conceptos y beneficios de la RSE.

Luego se deberá establecer un compromiso y adhesión con prácticas socialmente responsables, tanto de parte del empresario, como de todo el personal involucrado en la actividad. Muchas veces sucede que están llevando acciones socialmente responsables sin saberlo.

Una vez cumplidos los pasos anteriores se deberá establecer un equipo de trabajo, que realice una planificación inicial, para poder plantear un plan de acción.

Segunda fase: Diagnóstico

En primera instancia se deberá llevar a cabo un análisis interno para lograr un clima organizacional estable, donde la motivación, el respeto y la valoración de las personas sean principios fundamentales. No se debe perder de vista que la RSE debe nacer en el seno de la empresa para luego proyectarse a la comunidad.

Seguidamente se debe efectuar un análisis externo, definiendo cuáles son los grupos de interés; y simultáneamente establecer el entorno en que la organización se desenvuelve. En la medida en que resulte posible, es necesario que la empresa elija una cadena de abastecimiento que comparta sus principios en materia de responsabilidad.

Efectuados estos análisis, se estará en condiciones de realizar un informe de diagnóstico, el cual mostrará en reglas generales cuáles son las condiciones en que opera la empresa. Seguidamente se establecerá una priorización de objetivos. A pesar de reconocer que la gestión socialmente responsable debe cubrir las áreas de: público interno, consumidores y clientes, medioambiente, cadena de abastecimiento, comunidad, relación con el gobierno y valores y transparencia; a los fines de incorporar esta nueva forma de trabajo, se considera que las PyMEs deben dedicarse inicialmente a una de estas áreas, debido a las limitaciones con las que cuenta.

Tercera fase: Planificación

Una vez definida el área con la que se va a empezar a trabajar será necesario llevar a cabo una planificación estratégica, estableciendo los objetivos perseguidos; y una planificación operativa en la cual se detalle los pasos y acciones que se realizaran para alcanzar dichos objetivos.

Cuarta fase: Implementación

En esta fase se desarrollarán los pasos y acciones definidas en la planificación. Hay que considerar que no es una práctica aislada, por ello es de suma importancia la formación del equipo de trabajo, para que este actúe responsablemente en su accionar diario.

Es recomendable que se deje registro documental del modo de proceder.

Quinta fase: Comunicación

Es importante que toda la organización esté informada sobre el plan y su implementación. Se aconseja que se efectúe y difunda dentro de la organización un reporte periódico sobre lo planificado y actuado.

Sexta fase: Seguimiento

Para llevar a cabo el seguimiento será necesario establecer indicadores y desarrollar controles operativos que permitan determinar las conformidades, los reclamos y las correcciones sobre lo practicado.

Séptima fase: Revisión y mejora

De acuerdo a la información obtenida en el seguimiento, los propietarios deberán rever todo el plan y lo llevado a la práctica, para establecer si se lo debe ajustar a cambios que puedan surgir y/o mejorar para alcanzar mayores resultados.

3.2. Indicadores sugeridos

Los indicadores de responsabilidad social empresarial son variables que permiten obtener información sobre el desempeño económico, social o ambiental de una empresa en un momento dado y sobre su evolución en el tiempo.

Son un elemento importante del proceso de planificación y control de gestión, ya que facilitan la toma de decisiones.

Los indicadores de RSE ofrecen información sobre aspectos concretos de la gestión de la empresa, de sus relaciones con los grupos de interés y de sus impactos económicos, sociales y ambientales. Se pueden agrupar en una estructura en torno a los grupos de interés:

- * Gobierno empresarial: ofrece información sobre las relaciones de la empresa con sus accionistas, inversores, autoridades y grupos de interés en general a través de siete temas: orientación estratégica, ética, compromiso con los grupos de interés, transparencia, derechos de los accionistas, cumplimiento legal y fiscal e integridad.

- * Empleados: ofrece información sobre las relaciones de la empresa con sus trabajadores a través de tres temas: derechos laborales fundamentales; salud y seguridad laboral; y desarrollo de los trabajadores.

- * Mercadotecnia: ofrece información sobre las relaciones de la empresa con sus clientes a través de cinco temas: productos y servicios, precios, promoción, distribución, y ventas.

- * Aprovisionamiento: ofrece información sobre las relaciones de la empresa con sus proveedores a través de tres temas: condiciones comerciales, evaluación y selección de proveedores y desarrollo de proveedores.

- * Gestión medioambiental, ofrece información sobre las relaciones de la empresa con su entorno a través de cuatro temas: uso eficiente de los recursos (materias primas, energía y agua), prevención de la contaminación (residuos, emisiones y vertidos), métodos y tecnologías ambientalmente sostenibles y educación ambiental.

* Inversión social: ofrece información sobre las relaciones de la empresa con la comunidad a través de tres temas: impactos de la cadena de valor, dimensiones sociales del contexto competitivo y temas sociales genéricos.

CAPÍTULO III

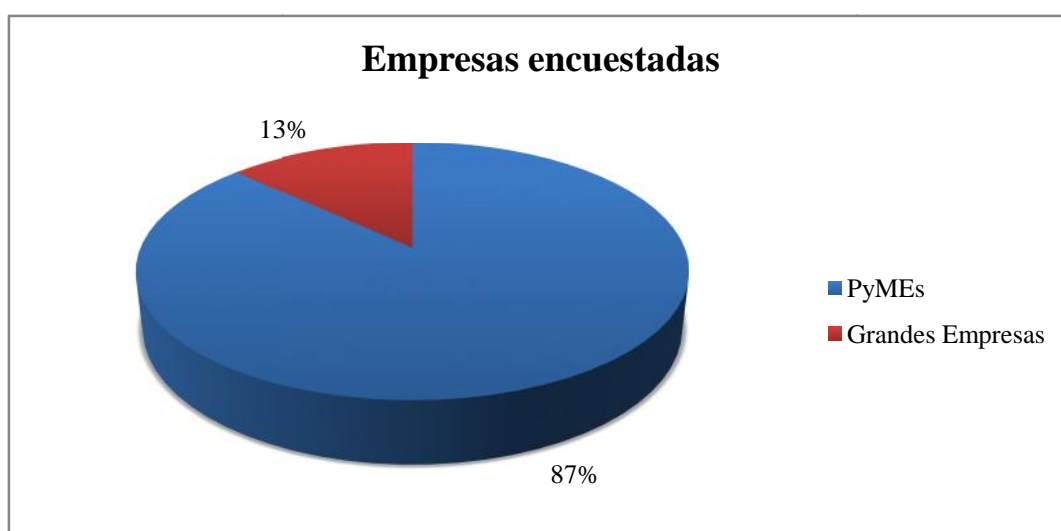
EMPRESAS QUE HAN ADOPTADO RSE

1. Situación de algunas empresas en San Rafael

A los fines del desarrollo de la presente investigación se efectuaron encuestas a un total de 30 empresas del medio, con el objeto de determinar en qué medida éstas conocen el concepto y realizan prácticas que encuadran como socialmente responsables.

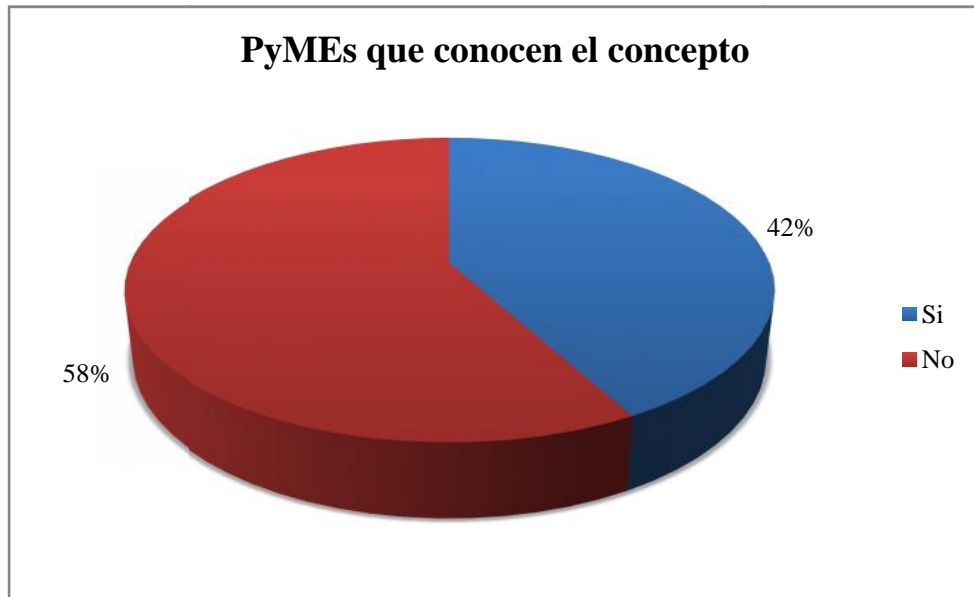
En primer lugar es preciso determinar cuántas de las empresas encuestadas encuadran como PyMEs y cuántas como grandes empresas. En referencia a ello se puede establecer que del total, un 87% son PyMEs, mientras que el 13% son grandes empresas, tal como se puede observar en el gráfico 2.

Gráfico 2



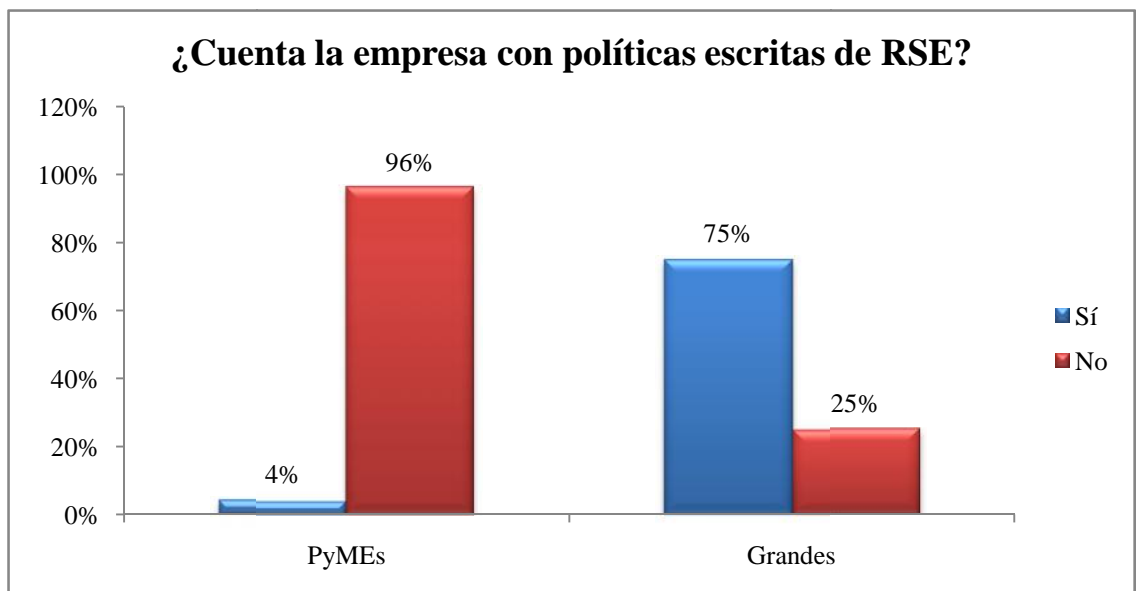
Se consultó a los encuestados acerca de si conocían o no el concepto de RSE, observándose que todas las grandes empresas conocen el mismo, mientras que solo el 42% de las PyMEs están al tanto de este. En cuanto al total de empresas el 50% afirmó conocerlo. La relación de PyMEs que conocen el concepto se puede visualizar en el gráfico 3.

Gráfico 3



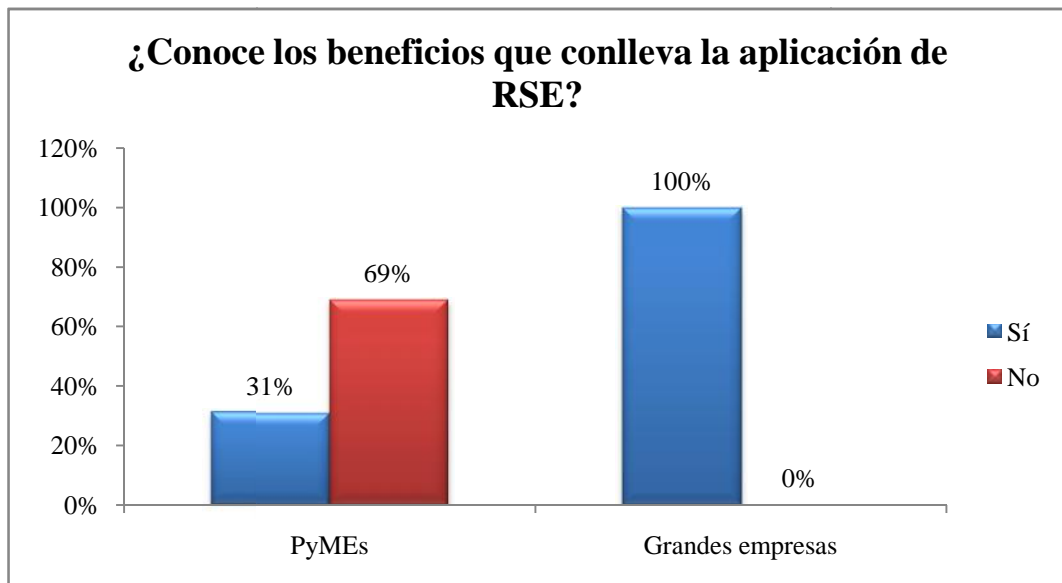
Otro punto llevado a consideración fue si la empresa posee o no políticas escritas sobre RSE, a lo que solo el 13% respondió afirmativamente; cabe considerar que de ellas solo una encuadra como PyME, por lo que el 96% de éstas no poseen un plan de acción en forma escrita para la implementación de RSE. (Ver gráfico 4).

Gráfico 4



En cuanto a si la empresa conoce los beneficios que trae aparejada la aplicación de prácticas socialmente responsables, la totalidad de las grandes empresas encuestadas respondieron que si, en tanto que solo el 31% de las PyMEs declaro conocerlos y no así el 69% restante. Contemplando el total de empresas el 60% desconoce dichos beneficios (gráfico 5).

Gráfico 5



Del total de empresas encuestadas el 57% realiza prácticas socialmente responsables, mientras que el 43% restante no. Cabe mencionar que el 40% de las empresas que declararon no conocer el concepto, luego de haberseles explicado el mismo concluyeron en que si llevan a cabo acciones socialmente responsables. (Ver gráfico 6).

Luego de indagar sobre si las empresas consideran que realizan acciones socialmente responsables, se consideró adecuado consultar acerca de la periodicidad en que llevan a cabo estos actos. Del total de entes que afirman efectuar estas acciones el 59% aseveró realizarlos cotidianamente, en tanto que el 41% restante dijo hacerlo en forma aislada.

Analizando lo sucedido con las PyMEs, se puede observar que el 46% aseguró la cotidianeidad en la realización de estas prácticas, en tanto que el 54% respondió que los lleva a cabo como hechos aislados. Esto se puede observar en el gráfico 7.

Gráfico 6

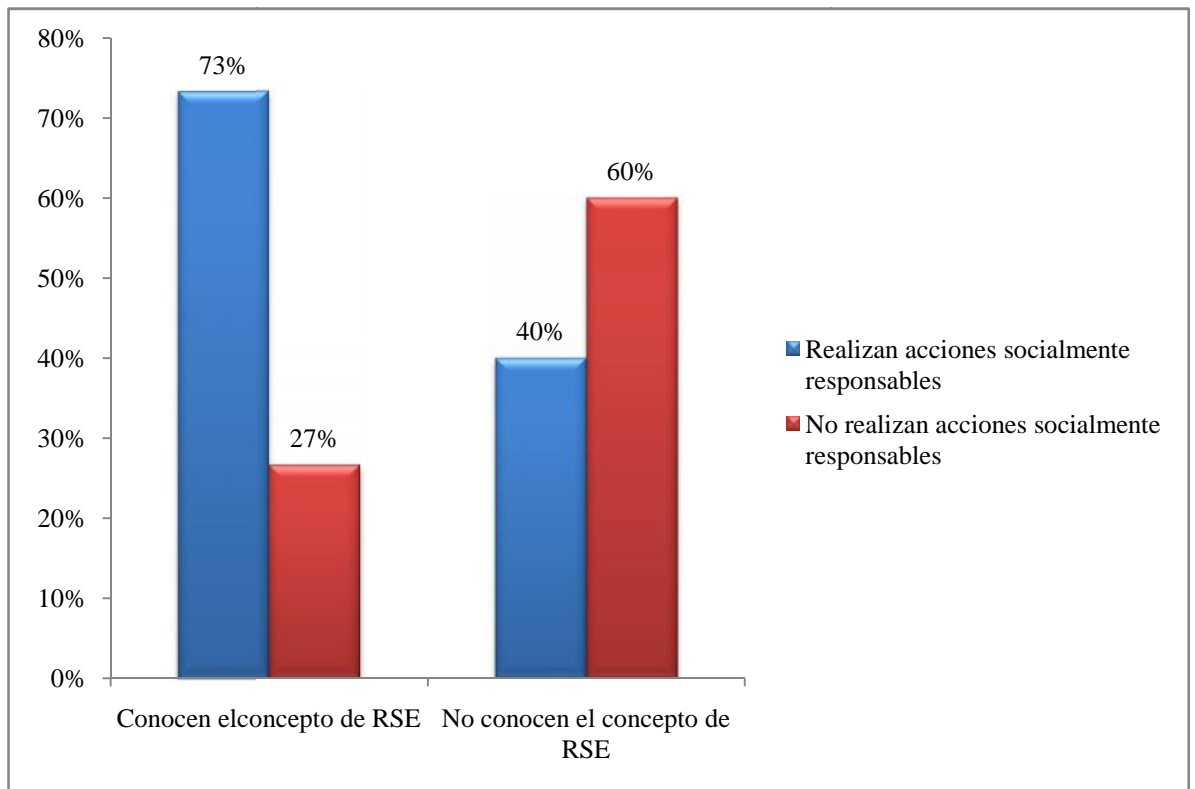
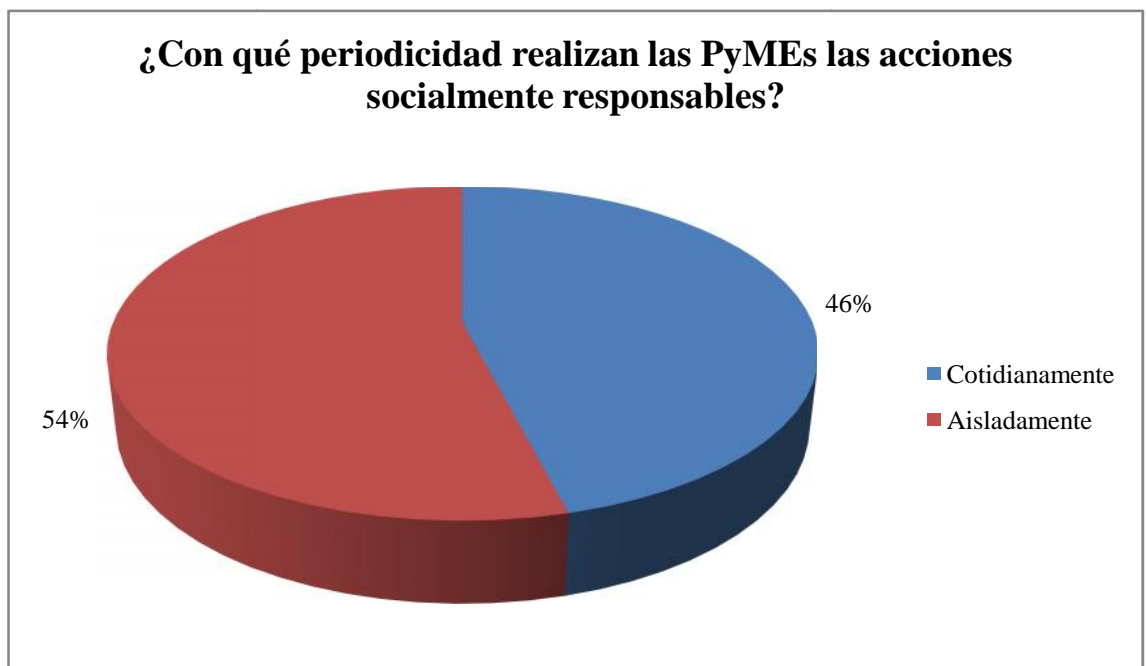


Gráfico 7



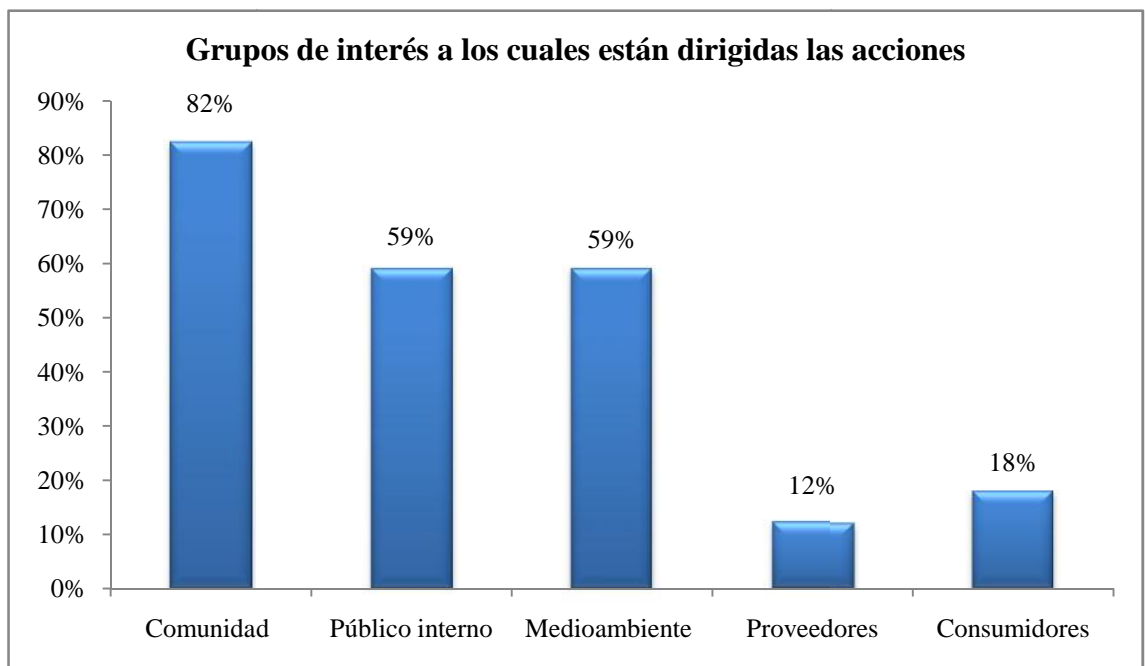
Por último, se indagó a las empresas que realizan acciones socialmente responsables sobre los grupos de interés hacia los que estaban dirigidas las mismas. La consulta arrojó los resultados que se muestran en la tabla 6.

Tabla 6: Grupos de interés a los que las empresas dirigen sus acciones socialmente responsables

| Grupos de Interés | Comunidad | Público interno (Empleados) | Medioambiente | Proveedores | Consumidores |
|-------------------|-----------|-----------------------------|---------------|-------------|--------------|
| Nº de Empresas | 14 | 10 | 10 | 2 | 3 |

Esta misma situación se puede observar en el gráfico 8, donde cabe la aclaración de que los porcentajes suman más de 100% debido a que las acciones de algunas empresas están destinadas al beneficio de más de un grupo de interés.

Gráfico 8



A partir del análisis de los datos recolectados, se puede concluir en que la mitad de los encuestados afirma conocer el concepto, que si bien son muy pocas las empresas que cuentan con un plan de acción o políticas escritas, es alentador saber que son varias (más de la mitad de las encuestadas) las que, en su accionar, llevan adelante prácticas de compromiso social.

Es de destacar que muchas que respondieron afirmativamente sobre el conocimiento del concepto y que incluso dicen practicarlo, no están al tanto de los beneficios que conlleva la aplicación.

Fue sorprendente que, contrario a lo que se esperaba, son más las empresas que expresan desarrollar prácticas en forma cotidiana, que aquellas que lo hacen en forma aislada.

Se considera que dentro de las acciones que señalan practicar se encuentran la caridad y la ayuda a instituciones sin fines de lucro. Entre los grupos de interés a los cuales están dirigidas las prácticas la comunidad lidera la lista, seguida por el público interno y el medio ambiente, y son muy pocos los que consideran a sus clientes y proveedores destinatarios en el desarrollo de las mismas.

2. Evidencia empírica

A esta altura del desarrollo de la investigación, se considera conveniente exponer casos reales de empresas que desarrollan prácticas socialmente responsables. Se comienza el análisis presentando ejemplos de empresas nacionales y provinciales, hasta llegar a organizaciones de nuestro medio.

2.1. Argentina

Entre las numerosas empresas que implementan la RSE en Argentina, a los fines del presente, se han seleccionado algunas de ellas, y se exponen a continuación.

- ✓ Grupo Adecco (Adecco)

Adecco Argentina es líder en contratación de personal y ofrece soluciones integrales en el área de Recursos Humanos. Cuenta con más de 60 sucursales ubicadas en las principales ciudades del país y con siete unidades de negocios especializadas en distintos sectores del mercado laboral.

Sus líneas de negocios les permiten cubrir necesidades a medida de compañías pertenecientes a distintos sectores industriales y de servicios, obtener información en diferentes industrias y prácticas

de mercado para lograr una visión global y brindar un servicio con los más altos estándares del mundo profesional.

La sustentabilidad es parte de su estrategia. En Adecco Argentina se asume el compromiso de alcanzar la integración social a través del trabajo de las personas en situación de vulnerabilidad. Para ello, buscan crear un comportamiento responsable con las comunidades cercanas al negocio respondiendo a los principales desafíos identificados en el ámbito social y ambiental argentino.

Sus programas de Sustentabilidad se enmarcan en cuatro ejes de trabajo:

- ❖ **Inclusión Laboral de Grupos Vulnerados:** Fomentan la inserción laboral de personas en situación de vulnerabilidad social brindándoles capacitaciones que les permitan posicionarse de mejor manera ante las nuevas exigencias del mercado laboral.
 - **Discapacidad y Habilidades:** Con este programa buscan incluir a las personas con discapacidad en empleos competitivos mediante dos ejes de acción: 1) concientización y capacitación a empresas en temas de igualdad de oportunidades en el mercado laboral y, 2) trabajo con personas con discapacidad colaborando en la identificación de sus competencias y promoviendo la confianza en sus habilidades. Publicó la Guía para la Incorporación Laboral de personas con Discapacidad que promueve una actitud de compromiso para la incorporación al mundo laboral de dichas personas.
 - **Programa Empleo Juvenil:** Brindan a los jóvenes herramientas para la búsqueda de empleo, la identificación de sus propias competencias y el incremento de su empleabilidad.
 - **Programa Capacitación para la Integración + 45 años:** Buscan mejorar la empleabilidad de las personas mayores de 45 años que por diversas razones se encuentran fuera del mercado laboral, brindándoles las capacitaciones, entrevistas y cursos necesarios para conseguir un empleo.
 - **Programa Carrera para Atletas:** Acompañan al deportista de alto rendimiento que en ocasiones y debido a su entrega completa en la búsqueda del triunfo deportivo encuentra inconvenientes en su preparación profesional, encontrándose al término de su carrera deportiva con muy pocas posibilidades de conseguir trabajo.

- ❖ **Prevención y Erradicación del Trabajo Infantil:** La empresa forma parte de la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil. La Red genera y apoya programas para la prevención y la erradicación del trabajo infantil, funciona en el ámbito del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación y es presidida por la CONAETI.
 - **Programa Jardines de Cosecha:** Implementación de Centros Integrales de Atención a niños para prevenir y erradicar el Trabajo Infantil. Cada jardín tiene una modalidad de contención particular, y se adapta a las necesidades propias del tipo de cosecha. Este programa se implementa en Salta, Jujuy, Tucumán y Misiones.

- ❖ **Desarrollo Local:** Promueven el desarrollo de las comunidades rurales de la provincia de Santiago del Estero, mediante la colaboración y el trabajo conjunto con el Estado y las familias.
 - **Programa Sembrando el Futuro:** El programa contempla una articulación de sectores público, privado y de la sociedad civil contribuyendo al desarrollo de las comunidades rurales de la provincia de Santiago del Estero, promoviendo un abordaje integral de las problemáticas identificadas a través de tres ejes de acción: fortalecimiento de la educación, apoyo a la salud, y formación técnico profesional.

- ❖ **Difusión y Sensibilización de la Sustentabilidad:**
 - **Programa + Voluntades (voluntariado corporativo):** Organizan y desarrollan de una red solidaria, constituida voluntariamente por personas de las diferentes áreas de la empresa, para realizar acciones de interés social en forma proactiva y en línea con los objetivos de Sustentabilidad de la compañía.

- ✓ **Grupo Clarín (Grupo Clarín)**

El Grupo Clarín es uno de los grupos de medios de comunicación líderes de la Argentina. Tiene presencia en medios escritos, radio, televisión, internet y en la industria del cable.

“Desde sus orígenes, el Grupo Clarín ha sido consciente de su responsabilidad como empresa y como grupo de medios de comunicación. Esencialmente a partir del ejercicio profesional de su tarea

de informar, a través de su compromiso social y comunitario, y en su relación con todos sus grupos de interés, el Grupo Clarín viene trabajando para asumir y llevar adelante esta responsabilidad de manera cabal.”

Grupo Clarín acompaña sus acciones comunitarias con la Fundación Noble, a través de iniciativas de inversión social, donaciones de material bibliográfico, campañas de concientización y apoyo a las más variadas iniciativas de organizaciones sociales.

La Fundación considera a la educación un pilar fundamental para el desarrollo del país. Por eso, desde su creación viene desarrollando programas centrados en las diversas problemáticas educativas: la desigualdad, la deserción escolar, la calidad de la enseñanza y la capacitación docente. Organiza cada año talleres de perfeccionamiento para maestros y actividades especiales para alumnos. Los diferentes programas se llevan adelante con el fin de fomentar el hábito de leer, articular el uso del diario con los contenidos curriculares, y formar un espíritu reflexivo a la hora de analizar los contenidos de los medios.

Otro de los pilares de su trabajo es apoyar y difundir la cultura a través de auspicios a instituciones de trayectoria y a ciclos de prestigio, incentivos a la producción artística y literaria, exposiciones de artes plásticas y proyectos especiales.

✓ Banco Patagonia (Banco Patagonia)

Banco Patagonia es continuador de una serie de bancos de histórica presencia en Argentina como fueron el Banco de Río Negro, Banco Mercantil Argentino y Banco Caja de Ahorro.

Para Banco Patagonia la RSE es un compromiso voluntario que asume la organización, junto a sus grupos de interés. Desde sus inicios, tuvieron como premisa asumir el compromiso de acompañar a diversos sectores de la sociedad en su tarea de lograr una comunidad mejor.

Empezaron a andar con pequeñas acciones que, con el paso del tiempo, se hicieron más grandes y paulatinamente se están transformando en Programas. Se acercaron a organizaciones y fundaciones con alcance nacional, logrando así una sinergia entre lo público y lo privado. Siempre trabajando en cuatro ejes: la educación, la cultura, el deporte y la preservación y cuidado del medio ambiente.

✓ Banco Macro (Banco Macro)

En Banco Macro creen que su aporte a la sociedad, como entidad financiera, es clave para el desarrollo de un país. Es por eso que asumen el compromiso de generar acciones de valor económico, social y ambiental y afianzar un vínculo de largo plazo con cada grupo de interés: empleados, clientes, proveedores, los medios de comunicación, sector público, el medioambiente, las comunidades locales y la sociedad en general.

La RSE es parte de la cultura del banco donde el foco está puesto en los sectores vulnerables, y en la creación de oportunidades en cada región del país, a partir de la oferta de productos y servicios financieros de calidad y la gestión responsable de los impactos y riesgos del negocio para beneficio de las generaciones presentes y futuras. Trabajan en pos de una estrategia de responsabilidad social asociada a las acciones que realizan día tras día y que además da respuestas a los intereses de su público clave.

Son sus principios de acción:

- Respeto por el diálogo
- Respeto por la ética
- Respeto por la transparencia
- Respeto por las personas
- Respeto por la inclusión
- Respeto por los clientes
- Respeto por las comunidades
- Respeto por los recursos naturales

✓ Grupo Arcor (Arcor)

Grupo Arcor es una de las principales empresas de alimentos de Argentina, primer productor mundial de caramelos y principal exportador de golosinas de Argentina, Brasil, Chile y Perú y a través de Bagley Latinoamérica S.A., la sociedad conformada con el Grupo Danone para los negocios de galletas, alfajores y cereales en Latinoamérica, es una de las empresas líderes de la región.

Arcor reconoce que cuidar y proteger el medio ambiente y la sociedad fortalece el negocio, ya que esto está directamente relacionado con ser una empresa exitosa.

El desarrollo del Grupo está fundamentado en prácticas innovadoras y sustentables, que buscan influenciar de manera positiva a distintos actores de los mercados y sociedades donde actúa, para de esta manera generar valor en todos los grupos de interés.

Considerando la interrelación de las tres dimensiones (económica, social y ambiental), y a partir de sus raíces, valores, principios, misión y motivación, la empresa adopta los siguientes compromisos que conforman la Política de Sustentabilidad Arcor:

- Compromiso General con el Desarrollo Sustentable, basado en:
 - Establecer una gestión sustentable de los procesos, basada en un equilibrio entre las dimensiones económicas, sociales y ambientales.
 - Promover el desarrollo integral de las comunidades donde actúa, y contribuir con el desarrollo sustentable de las regiones donde opera.
 - Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos dentro de su ámbito de influencia, asegurándose de no ser cómplices en casos de violaciones a éstos derechos.
 - Facilitar y patrocinar acciones y proyectos para la promoción de la sustentabilidad y del desarrollo humano.
 - Aplicar las mejores prácticas de conservación ambiental, minimizando y compensando los impactos de sus operaciones.
 - Promover programas de sensibilización y capacitación, buscando concientizar a cada miembro de su empresa y a toda su cadena de valor, como agentes activos en la construcción de una cultura corporativa comprometida con la sustentabilidad.

- Compromisos Específicos :
 - Uso racional del agua
 - Eficiencia energética y minimización de los impactos que contribuyen al cambio climático global
 - Uso racional del packaging
 - Vida activa y nutrición saludable
 - Respeto y protección de los derechos humanos y laborales

2.2. Mendoza

En Mendoza son muchas las empresas que desarrollan prácticas responsables, a los fines de la elaboración del presente trabajo se seleccionaron algunas de ellas:

✓ EDEMSA (EDEMSA)

EDEMSA (Empresa Distribuidora de Electricidad de Mendoza Sociedad Anónima) tiene a su cargo –a través del contrato de concesión firmado el 15 de julio de 1998– el suministro y la comercialización de la energía eléctrica a los clientes ubicados en 11 departamentos de Mendoza.

La empresa desarrolla prácticas de RSE, cuenta con un Área de Responsabilidad Social, que planifica, coordina e impulsa las tareas sociales. En el 2012 presentó sus programas ante un comité técnico asesor de la Organización de las Naciones Unidas, que se reunió en Dubai para seleccionar las Mejores Prácticas Sociales, y estuvo entre las 100 mejores, obtuvo la Certificación de las Mejores Prácticas por su sobresaliente iniciativa titulada “Igualar oportunidades de desarrollo para niños y jóvenes de zonas carenciadas”

Dentro de los programas que desarrolla encontramos:

- "Luz en Casa". A través del mismo, la empresa logra que las familias de menores recursos de la provincia de Mendoza accedan al servicio eléctrico teniendo en cuenta su situación socioeconómica. Este programa no es un subsidio, sino una gestión diferencial en cuanto al tratamiento comercial basado en un periodo de evaluación y seguimiento que se le hace a la familia; por eso se diseñan planes de pago flexible y acorde a cada situación en particular, sin intereses y con vencimientos alternados. Una vez regulada la situación comercial, se reconecta el servicio bajo normas reglamentarias de seguridad. Con el programa, EDEMSA procura disminuir y eliminar inconvenientes que acarrea el consumo antirreglamentario tanto para la empresa como para las familias afectadas. Además, la empresa capacita en el uso racional de la energía eléctrica y la prevención de accidentes domésticos.

- Programa Ayuda Solidaria (PAS). Es el programa más importante que lleva a cabo la distribuidora, tiene como objetivo asistir a niños de 12 escuelas de zonas carenciadas de Mendoza, mediante los aportes de los Empleados de EDEMSA, la propia Empresa y el Sindicato Luz y Fuerza de Mendoza. A través de PAS se mejora la calidad de vida y la educación de 2.500 chicos que habitan dentro de la

zona de concesión de la distribuidora. Las acciones de PAS se dividen en: a) Capacitaciones dictadas por los propios empleados, b) visitas guiadas, c) donaciones, d) eventos.

Además de llevar a cabo los programas de RSE propios (PAS y Luz en Casa), EDEMSA coopera desde junio de 2010 con la Fundación Fonbec, cuya misión es posibilitar que estudiantes que se esfuerzan por lograr un buen rendimiento continúen sus estudios, evitando la deserción por falta de medios económicos. Las becas otorgadas a niños de escuelas marginales se componen con la donación voluntaria de los empleados y por el aporte de la misma distribuidora, que iguala esa cifra. En la actualidad EDEMSA cuenta con 70 empleados que forman parte de este programa.

✓ Montemar Compañía Financiera S.A. (Montemar Compañía Financiera S.A.)

Es una entidad establecida conforme a las leyes de la República Argentina, constituyéndose como una entidad regional de capitales argentinos con Casa Matriz en la ciudad de Mendoza. A lo largo de su historia Montemar ha colaborado de manera activa con diversas instituciones con las que comparte su comunidad, ayudando con sus desarrollos organizacionales y contribuyendo a sus objetivos sociales. Asumiendo un compromiso de responsabilidad social en cada ámbito en el que le es posible. Diversas instituciones comparten estos aportes: Uniones Vecinales, Comedores Populares, Escuelas, Hospitales, Clubes Deportivos y Cuerpo de Bomberos Voluntarios, han sido testigo de este compromiso.

Montemar acompaña las diversas acciones que realiza Fundavita como las maratones anuales. Además permite que los clientes de la Tarjeta de Montemar Shopping puedan realizar donaciones a través del débito automático de su tarjeta pudiendo colaborar con la Fundación

La empresa colabora con la entrega del material publicitario ya utilizado descartable para que sea reciclado con el fin de convertir ese material en bolsas que se entregan en cada foro y eventos que realiza la institución Valos.

Fomenta la práctica de diversos deportes, brindando auspicio a Torneos de Rugby, Competencias Automovilísticas como Turismo Nacional, Carreras de 4 x 4, Maratones, etc..

✓ Farmacias del Centro (Farmacias del Centro)

Es una Sociedad Familiar formalizada en una S.A., Del Centro S.A., creada en 1995, en la actualidad el 100% del paquete accionario es de la Familia Brennan, fundadora de la Empresa.

La empresa está comprometida con la RSE, pensando en economías inclusivas, energías alternativas, cuidado del medio ambiente y el consumo responsable. Desarrolla diferentes actividades, como talleres y charlas informativas sobre lactancia materna, donaciones de alimentos y calzados a un comedor comunitario.

Lleva adelante un proyecto sobre reciclado de cartón y papel. Este nació de la necesidad de hacer un correcto uso de la basura que se generaba, en particular del cartón y los papeles, producto de la actividad diaria de la cadena. En 2005 se realizó una alianza con el Penal Provincial. El Penal proporcionó el espacio físico y Farmacias Del Centro equipó el taller de reciclado de papel con todas las herramientas necesarias, comprometiéndose a enviar periódicamente la materia prima para su producción, a cambio de una retribución monetaria disponible para el interno. En abril del 2006 comenzó la fabricación de bolsas recicladas, productos del taller, las cuales eran utilizadas para perfumería en las sucursales de la Farmacia.

Por otra parte otorga becas de estudio y tiene un convenio de pasantías y prácticas profesionales para alumnos avanzados de la carrera de Farmacia.

Puertas adentro promueven políticas que tienden a lograr el equilibrio entre el trabajo y la familia (Work Family Balance, día de cumpleaños libre). Incluyen a las familias de los colaboradores en los días festivos. Incorporan colaboradores con capacidades diferentes, pasantías con alumnos de colegios con capacidades diferentes.

✓ La Celia (La Celia)

Es una importante bodega ubicada en la provincia de Mendoza, es propiedad de Viña San Pedro Tarapacá Wine Group (VSPT Wine Group), líder en el negocio del vino en Chile y Argentina.

La Celia adhiere al compromiso 360° Sustentable desarrollado por VSPT Wine Group, el cual consiste en adoptar una gestión sustentable en todo el actuar, preocupándose por todos los públicos

con los cuales interactúa: comunidad, medio ambiente, trabajadores, clientes y consumidores, procurando que las acciones presentes permitan prolongar el trabajo en el futuro.

Entre las prácticas de RSE desarrolladas podemos mencionar:

- Guardería infantil. Fue inaugurada para la Vendimia de 2006, funciona en el predio de la bodega y es solventada por la empresa. El objetivo es albergar a los hijos del personal permanente y temporario durante la cosecha. También está abierta a la comunidad en general y a los hijos del personal de fincas vecinas. Allí 50 niños tienen la oportunidad de aprender y jugar, además de contar con alimentación y asistencia médica.

- Sede del banco de alimentos del Valle de Uco. Desde La Celia se coordina el aporte de más de 20 empresas de la zona y se programa la distribución de los alimentos, además del intercambio de productos con otros bancos del país. Este programa llega a más de 3000 beneficiarios; asiste a 50 instituciones, entre ellas, comedores infantiles, guarderías, hogares de niños y de ancianos.

En cuanto al cuidado del medioambiente la empresa sostiene: *“La responsabilidad sobre el cuidado de la naturaleza en La Celia es una forma de vida. Es uno de los pilares que guían la gestión diaria de quienes allí trabajamos.”*

2.3. San Rafael

✓ Pampa Energía S.A (Pampa Energía)

Pampa Energía S.A. es la empresa integrada de electricidad más grande de Argentina. A través de sus subsidiarias, participa en la generación, transmisión y distribución de electricidad en Argentina.

Pampa Energía sostiene: *“Pensamos a la Responsabilidad Corporativa como un modelo estratégico de gestión, que contempla los impactos económicos, sociales y ambientales asociados al desarrollo de las actividades de las organizaciones. Implica un compromiso con nuestros grupos de interés, dentro de los cuales se encuentra la comunidad y nuestros colaboradores como grupos privilegiados.”*

Mantenemos un compromiso con la sociedad que trasciende la satisfacción de demanda de electricidad y se orienta a mejorar la calidad de vida de los empleados, de sus familias y de las comunidades donde operamos.

Utilizamos un enfoque de inversión social que apunte a formalizar un verdadero proceso de desarrollo y crecimiento. Para lograrlo, impulsamos programas que contribuyan a fortalecer las capacidades de las personas y de las organizaciones sociales a través de la Fundación Pampa Energía, en un claro compromiso sustentable de la compañía con las comunidades de las cuales formamos parte.”

La empresa lleva a cabo prácticas de RSE, principalmente a través de su Fundación Pampa Energía; por medio de ella desarrolla el Programa Becas por más Energía, pensado para brindar una respuesta frente a la escasez de profesionales adecuadamente preparados para el sector energético, que se observa en el mercado laboral local y mundial. Su principal objetivo es la formación integral de Ingenieros Eléctricos, promoviendo el acceso universitario de los hijos de sus empleados y de los jóvenes pertenecientes a las comunidades de influencia.

Por otra parte a través del Programa Construyendo Educación con Energía, los colaboradores tienen la posibilidad de presentar proyectos para su implementación en las comunidades donde ellos mismos viven y trabajan. El programa tiene como objetivo promover la educación, a través de diferentes temáticas tales como reinserción y retención escolar, mejora de la calidad educativa, equipamiento informático, alfabetización, apoyo escolar, mejora de infraestructuras edilicias y becas estudiantiles, entre otras. Los proyectos se realizan junto con instituciones u organizaciones de la sociedad civil.

Además de lo llevado adelante por la Fundación, Pampa Energía desarrolla en las Hidroeléctricas Los Nihules y Diamante una Campaña de Prevención de Accidentes y Cuidado del Medio Ambiente en puntos estratégicos de gran circulación turística, como Valle Grande, Nihuil I y Los Reyunos. Allí se instalan espacios con pasantes de escuelas públicas especialmente entrenados, donde se brinda asesoramiento sobre normas de seguridad del lugar y se fomenta la toma de conciencia por el cuidado del medio ambiente.

Es de destacar que para la empresa la protección del medio ambiente es una prioridad, ya que entienden que su cuidado sistemático permite mejorar la calidad de vida de las generaciones presentes y futuras. Por lo tanto, adoptan medidas de protección ambiental técnicamente comprobadas y económicamente viables.

✓ Casa Bianchi (Casa Bianchi)

Casa Bianchi es una empresa socialmente responsable, que apoya y fomenta el desarrollo de la cultura como base de la libertad del individuo y de la elevación del hombre a través de su crecimiento integral. Genera a través de Fundación Valentín Bianchi, “Exposiciones de Artes Visuales, Conciertos de Música Clásica y Popular”, promoviendo la cultura y el turismo en todas sus manifestaciones. Cada uno de estos eventos se combina con degustaciones de vino y champagne difundiendo el conocimiento del arte del vino.

La Fundación Valentín Bianchi estimula el desarrollo cultural de San Rafael y de la provincia de Mendoza acercando aquellos eventos solo disponibles en las grandes ciudades, generando la igualdad de oportunidades. Lo recaudado en estos eventos regresa en forma solidaria a distintas instituciones del medio.

Las prácticas que desarrolla son:

- Apoyar la participación de artistas en eventos nacionales e internacionales y prestar ayuda cultural para un mayor desarrollo de las actividades culturales de la región.
- Promover y programar talleres educativos en establecimientos distritales a los efectos de acercar la cultura y el conocimiento a esas comunidades.
- Organizar y auspiciar congresos, seminarios, exposiciones, ferias de arte, espectáculos; promover el otorgamiento de becas y toda otra acción de asistencia y difusión de los objetivos fundacionales.
- Apoyar tareas de edición y publicación de estudios críticos y opiniones fundadas dedicadas a la consolidación cultural y ética del hombre y la región.
- Interactuar y elaborar propuestas al proceso de educación formal, no formal e informal convencidos de que la educación integral y el conocimiento de la gente no solo es generador de desarrollo a largo plazo, sino fuente de trabajo y actividad económica en lo inmediato.

✓ Mi Viña Bio. Membresía Fincas Dinamia (Finca Dinamia)

Mi Viña Bio es el emprendimiento que hoy brinda la posibilidad de pertenecer a la primer Viña Orgánica - Biodinámica, ubicada en Mendoza en la región de San Rafael, produce el vino Buenalma. Una parte de los ingresos de la venta de vino es destinada a la ayuda escolar y alimentaria del Centro Social San Martín de Tours de Rama Caída, San Rafael, Mendoza. Cada uno de

los miembros de Mi Viña Bio también será parte del proyecto de crear una comunidad sana, dado que por cada membresía se destinará un porcentaje para la creación del primer centro de capacitación en Agricultura Biodinámica de Mendoza, destinado a pequeños productores, a personas que deseen tener su propia chacra, a aquellos que quieran crecer y trabajar la Finca o en cualquier emprendimiento Biodinámico.

✓ Termoplástica San Rafael S.R.L. (Termoplástica San Rafael SRL)

Termoplástica San Rafael está dedicada al mercado del packaging, ofreciendo una amplia gama de productos. La empresa implementa prácticas de RSE ya que posee desde sus inicios controles periódicos relacionados al medio ambiente, esto se basa en el control de ruidos y de sus desechos. Cuenta con una política certera en la reutilización de lo que se desperdicia, para lo que existe un sistema de calificación estricta de productos descartados para su reciclado en los porcentajes que no afecten a la calidad del producto final.

Es la primera industria plástica en la provincia de Mendoza en conseguir la licencia de fabricación de embalajes oxibiodegradables (2008) para aquellas exigencias medioambientales y legales.

Conscientes del papel fundamental de los envases flexibles en nuestra vida, la empresa aporta información útil para construir una imagen objetiva sobre el plástico. Esto lo lleva a cabo participando activamente en eventos deportivos que se desarrollan en el departamento, no solo informando, sino también proveyendo de envases para el correcto manejo de los residuos.

✓ Bodegas Garbín S.A. (Bodegas Garbín SA)

La empresa posee tres bodegas, fracciona y comercializa vinos de mesa en toda Argentina a través de depósitos propios y una amplia red de distribuidores.

La RSE en Bodegas Garbín se ve reflejada mediante la implementación de algunas estrategias que potencian la empresa, involucrándola positivamente con el entorno socio -económico - ambiental. Como estrategia de RSE presentan los proyectos:

- Clases de Inglés gratuitas para hijos de empleados: Costear los docentes y materiales para el dictado del curso de inglés, incrementando las oportunidades futuras a los niños beneficiados.
- Reciclado Papel Tetra: Compra de compactadora de scrap y venta de compactado, reciclado de materiales (reducción de contaminación ambiental)
- Generación Eléctrica: Compra de turbina generadora y aprovechamiento de energía vapor residual caldera, reducción en consumo eléctrico y en emisión de CO₂.
- Re estructuración de sistema de climatización: Cambio del sistema de A/A central (sobredimensionado para las necesidades actuales) por sistemas individuales más eficientes y flexibles. Reducción en la emisión de CO₂. Ahorro de un 30% de consumo eléctrico mensual.

CONCLUSIÓN

A lo largo del desarrollo del presente trabajo se logró conocer el conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que hacen a la RSE y se pudo constatar que dicho conjunto es muy amplio, ya que no existen conceptos universales y muchos organismos internacionales han desarrollado definiciones, principios y herramientas de aplicación.

Cualquier empresa u organización es capaz de realizar prácticas de RSE, independientemente de su tamaño, actividad o forma jurídica. Si bien la implementación del concepto es voluntaria, el actual contexto y el permanente impacto de la empresa en la comunidad hacen necesaria que la organización incorpore en su accionar valores éticos, transparencia en sus operaciones, respeto por el medioambiente, por sus empleados, clientes y proveedores e interés por la sociedad en la que se encuentra inserta. Independientemente de constituirse en una necesidad actual, la implementación de RSE trae consigo numerosos beneficios no solo económicos, sino también financieros, sociales, de status, laborales, entre otros.

Se indagó sobre el desarrollo de la RSE a nivel departamental y se verificó en qué medida una muestra de las empresas locales conocen el concepto y lo aplican. Si bien las organizaciones que tienen un programa de RSE son grandes empresas, es alentador saber que existen algunas PyMEs que lo han formalizado en sus políticas; y otras, sin saber que su accionar se encuadra dentro del concepto, realizan tareas socialmente responsables.

Es necesario que las micro, pequeñas y medianas empresas tomen conciencia de su importancia en este proceso de acercamiento de la empresa a la solución de problemas sociales y que la RSE no es un tema exclusivo de las grandes corporaciones; que existen ciertas acciones cotidianas que son sencillas, que contribuyen a la incorporación de la RSE y que están al alcance de cualquier empresa en la que cada uno de sus miembros se proponga actuar en el marco de la ética y la transparencia en sus negocios.

Se confía en que el concepto se logrará instalar en nuestra sociedad, con la ayuda del ejemplo que brindan las grandes corporaciones y la divulgación de conocimientos y prácticas que realicen profesionales y empresarios involucrados.

REFERENCIAS

Accountability. (2007). Ranking global .

Bonilla, L. (29 de Mayo de 2011). El observador económico. *Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial* . Managua, Nicaragua.

Canales, G. (2010). *Tipología de las Organizaciones*. Jornadas de Ciencias Económicas. Mendoza UNCuyo FCE.

Delgado González, S., & Ena Ventura, B. (2012). *Recursos Humanos y Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo.

Drucker, P. (1983). *La Gerencia*. Buenos Aires: El Ateneo.

Feole, H. (2002 - 2003). Responsabilidad Social Empresaria y Capitalismo. *Reflexiones Latinoamericanas sobre RSE; IARSE* , 24 - 25.

FOMIN. (2009). *Guía de aprendizaje sobre la implementación de responsabilidad social empresarial en pequeñas y medianas empresas*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.

IRAM. (Junio de 2006). Boletín mensual. Argentina.

ISO. (2010). ISO 26000. Visión general del proyecto. Ginebra , Suiza.

Ley N° 8488. Responsabilidad Social Empresaria. (2013). Mendoza, Argentina.

Mari, H. P. (2005). *Lineamientos para la Responsabilidad Social en la Empresa*. Salta: Estudio Carraro & Mauri.

Muro, A. (2003). *Responsabilidad Social Corporativa en la Argentina*. Buenos Aires: IEMA.

Paladino, M. (2002). *Tendencias de la Responsabilidad Social Empresaria en Argentina*. Instituto de Altos Estudios Empresariales: Universidad Austral.

PyME, F. O. (2013). *Definiciones de PyME en Argentina y el resto del mundo*. Argentina.

Vives, A., Corral, A., & Isusi, I. (2005). *Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.

Páginas WEB consultadas

Adecco. (s.f.). *Adecco*. Recuperado el 28 de Agosto de 2013, de <http://www.adecco.com.ar>

Arcor. (s.f.). *Arcor*. Recuperado el 30 de Agosto de 2013, de <http://www.arcor.com.ar>

Banco Macro. (s.f.). *Banco Macro*. Recuperado el 29 de Agosto de 2013, de www.macro.com.ar

Banco Patagonia. (s.f.). *Banco Patagonia*. Recuperado el 28 de Agosto de 2013, de <http://www.bancopatagonia.com.ar/>

Bodegas Garbín SA. (s.f.). *Bodegas Garbín SA*. Recuperado el 25 de Agosto de 2013, de <http://www.bodegasgarbin.com.ar/>

Casa Bianchi. (s.f.). *Fundación Valentín Bianchi*. Recuperado el 5 de Agosto de 2013, de <http://www.valentinbianchi.com/fundacion>

EDEMSA. (s.f.). *EDEMSA*. Recuperado el 28 de Agosto de 2013, de <http://www.edemsa.com/>

Farmacias del Centro. (s.f.). *Farmacias del Centro*. Recuperado el 29 de Agosto de 2013, de <http://www.farmaciasdelcentro.com/>

Finca Dinamia. (s.f.). *Mi Viña Bio*. Recuperado el 29 de Agosto de 2013, de <http://www.miviniabio.com/>

Grupo Clarín. (s.f.). *Grupo Clarín*. Recuperado el 28 de Agosto de 2013, de <http://www.grupoclarin.com.ar>

IARSE. (s.f.). *Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria*. Recuperado el 24 de Septiembre de 2013, de <http://www.iarse.org/>

La Celia. (s.f.). *La Celia*. Recuperado el 28 de Agosto de 2013, de <http://lacia.com.ar/>

Montemar Compañía Financiera S.A. (s.f.). *Montemar Compañía Financiera S.A.* Recuperado el 28 de Agosto de 2013, de <http://www.montemarciafin.com.ar/>

Pampa Energía. (s.f.). *Pampa Energía*. Recuperado el 5 de Agosto de 2013, de <http://www.pampaenergia.com/>

RAE. (2001). *Diccionario de la lengua española. Vigésima segunda edición*. Recuperado el 4 de Julio de 2013, de <http://www.rae.es>

Termoplástica San Rafael SRL. (s.f.). *Termoplástica San Rafael*. Recuperado el 26 de Agosto de 2013, de <http://www.termoplastica.com.ar/>

VALOS. (s.f.). *VALOS Responsabilidad Empresaria*. Recuperado el 24 de Septiembre de 2013, de <http://www.valos.org.ar>

ANEXOS

ANEXO A

ENCUESTA

Buenos días/tardes, somos alumnas de la carrera de Contador Público de la Facultad de Ciencias Económicas (Universidad Nacional de Cuyo), estamos realizando nuestro trabajo de investigación final sobre Responsabilidad Social Empresaria y necesitamos medir el conocimiento del concepto en empresas de nuestro medio. La encuesta es anónima y la información brindada será utilizada únicamente a los fines del trabajo. Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

1) Su empresa se encuadra como:

Pequeña y mediana

Grande

2) ¿Conoce acerca del concepto de Responsabilidad Social Empresaria (RSE)?

Sí

No

3) ¿Cuenta su empresa con políticas escritas de RSE?

Sí

No

4) ¿Conoce los beneficios que conlleva la aplicación de la RSE en su empresa?

Sí

No

5) Considerando que, básicamente, la RSE es el compromiso de la empresa con la comunidad, con sus empleados, clientes, proveedores y medio ambiente. ¿Se realizan en su empresa acciones socialmente responsables?

Sí

No

6) ¿Esas acciones se realizan cotidianamente o son hechos aislados?

Cotidianamente

Hechos aislados

7) ¿Puede citar algún ejemplo de acciones responsables que realiza su empresa?

8) ¿A qué grupo de interés están dirigidas las acciones? (Puede marcar más de una)

Comunidad

Público interno (empleados)

Medioambiente

Proveedores

Consumidores

¡MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO!

ANEXO B

EMPRESAS ENCUESTADAS

A los fines del desarrollo de la presente investigación, se encuestó a 30 empresas radicadas en San Rafael. Se buscó a organizaciones de diversos rubros, que difieren en el número de empleados contratados, tienen distinta antigüedad en el medio y, si bien la mayoría de ellas encuadran como PyMEs, poseen diferentes dimensiones.

A continuación se listan las actividades a las que se dedican los encuestados:

- ❖ Supermercado
- ❖ 2 Fábricas de conservas
- ❖ 2 Bodegas
- ❖ Autoservicio
- ❖ Aserradero
- ❖ Rectificadora
- ❖ Fábrica de pastas
- ❖ Frigorífico
- ❖ Zapatería
- ❖ Tienda de ropa
- ❖ Maderera
- ❖ Fábrica de envases plásticos
- ❖ Panadería y confitería
- ❖ Emprendimiento vitivinícola
- ❖ Secadero
- ❖ Fábrica de chacinados
- ❖ Heladería
- ❖ Negocio de venta de artículos de plástico
- ❖ Tienda de indumentaria de trabajo
- ❖ Emprendimiento ganadero

- ❖ Transporte
- ❖ Fábrica de indumentaria
- ❖ Concesionaria de autos
- ❖ Lubricentro
- ❖ Ferretería
- ❖ Tapicería
- ❖ Farmacia
- ❖ Empresa proveedora de materiales para la construcción

DECLARACIÓN JURADA

Las autoras de este trabajo declaran que fue elaborado sin utilizar ningún otro material que no hayan dado a conocer en las referencias, que nunca fue presentado para su evaluación en carreras universitarias y que no transgrede o afecta derechos de terceros.



BERRUEZO, Andrea Natalia

DNI N° 33464474

Registro N° 25541



PACHECO, María Lorena

DNI N° 33930106

Registro N° 25558



ROLNY, María Cecilia

DNI N° 33767689

Registro N° 25565