

Título: La Responsabilidad Social Empresaria (RSE). Un estudio descriptivo sobre la aplicación de políticas de RSE en una empresa de servicios de la CABA durante los años 2012/2013.

Autor: Lic. Luciana Gambino

Director: Dra. Isabel Pérez Jáuregui

Fecha: octubre de 2014

Tema: La Responsabilidad Social Empresaria.

1. Introducción

El presente trabajo trata sobre el tema de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE). En la actualidad la mayoría de las empresas dicen ser *socialmente responsables* y, por cierto, el concepto de RSE es un concepto complejo, multi-dimensional y riguroso en su uso y aplicación.

En la realidad cotidiana es habitual confundir acciones de RSE con acciones llamadas *filantrópicas* y, si bien es harto común usar y escuchar -en el ámbito empresario- esos términos de manera indistinta y como sinónimos, entre ambos hay una enorme diferencia conceptual y las consecuencias de unas acciones y de otras son, también, notorias.

Vivimos en un planeta que, por un lado, es infinitamente rico, bio-diverso y capaz de alimentar a la población entera. Paralelamente, gozamos de los avances tecnológicos de un mundo globalizado; contamos con ejemplos de países como Noruega, Suecia y Dinamarca que gozan de economías que incluyen y velan por el desarrollo humano de sus ciudadanos, el progreso social, el equilibrio medio-ambiental y la competitividad.

Pero, por el otro lado, nos encontramos a diario con cifras alarmantes: 900 millones de personas carecen de agua potable, 2.600 millones de personas no disponen de instalación sanitaria, 1.400 millones de personas no tienen electricidad, 1.000 millones de personas padecen hambre, 10.000 niños mueren por día por desnutrición y cada 15 segundos muere un niño por falta de agua potable, sólo por mencionar algunos datos desalentadores.

Resumiendo, vivimos en un mundo en el que las desigualdades son enormes: por un lado, índices alarmantes de pobreza, hambre y sed; por el otro, un avance tecnológico que da pasos agigantados y la brecha entre ricos y pobres es cada vez más grande.

La pregunta que surge es: ¿hay un tema más importante que discutir que el hambre y la sed?

Evidentemente, somos parte de una sociedad que padece grandes agujeros éticos; somos una sociedad que incurre, permanentemente, en fallas éticas. Y frente a estos desajustes y desigualdades sociales, la responsabilidad social y colectiva es la respuesta y la salida: responsabilidad social entendida como la asunción de compromiso, como el cargo de cumplir con obligaciones colectivas.

¿Y por qué las empresas deben asumir esta postura de Responsabilidad Social? Porque ellas son un actor fundamental del actual sistema económico mundial. Sus

decisiones, acciones e inacciones inciden -a diario y de manera directa y masiva- en la población toda y es por ellos que es necesario y urgente que asuman una actitud socialmente responsable y que ésta sea parte del corazón mismo de la misión y de los valores de la empresa.

Por lo dicho hasta aquí, el objetivo del presente trabajo es describir el tipo de políticas de RSE implementadas en la empresa estudiada -empresa de servicios, de capital nacional, que es parte de un grupo empresario mayor, ubicada en CABA- e identificar qué tipo de prácticas se pone en juego diferenciando las acciones filantrópicas de las socialmente responsables.

De las conclusiones obtenidas, se espera contribuir al conocimiento y comprensión del problema planteado, aportando conceptualizaciones y aplicación empírica.

Asimismo, sería deseable realizar sugerencias de mejoras al área de RRHH de la empresa e interesante dar a conocer los resultados de la investigación en dicha compañía, acercando a las posiciones gerenciales la información, los datos y las estadísticas que propagan las buenas gestiones de RSE, comunicándoles las ganancias y ventajas que las genuinas políticas de RSE le generan tanto a la comunidad como a las propias empresas, acercarles datos de países como Suecia, Noruega y Dinamarca -que están a la vanguardia en este tema- para que puedan servirse de su ejemplo y mejorar sus prácticas haciendo el salto cualitativo: de ser una empresa filantrópica a ser una empresa socialmente responsable.

Finalmente, esta investigación podría resultar de interés como transferencia de conocimiento aplicable a otras organizaciones de caracteres similares, siendo RSE un tema pertinente al área disciplinar de Recursos Humanos.

2. Antecedentes y planteo teórico

A lo largo del trabajo de Tesis se presentan diferentes definiciones y maneras de conceptualizar la RSE desde diversos autores y organismos.

Se presenta la definición aportada por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) (2005), que la conceptualiza como la forma de gestión definida por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los que se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable social, preservando recursos ambientales y culturales para generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades en la sociedad.

Diferentes autores y perspectivas indagadas coinciden y convergen en la importancia de la RSE en el mundo empresario actual.

Se hace mención al concepto de *stakeholders* en relación al aspecto “social” de la RSE, entendiéndolo que cuando se menciona lo “social” se hace referencia al entorno de las organizaciones con intereses directos en el comportamiento de la empresa (trabajadores, proveedores, clientes, sindicatos, accionistas y demás personas afectadas). De modo que aquella afirmación sostenida durante años por algunos empresarios que sostenía que la obligación social de una empresa se limitaba a aumentar las ganancias, es una concepción obsoleta.

Se hará -también- una distinción y clasificación -propuesta por Bernardo Kliksberg (2013), pero confirmada y sostenida por la mayoría de los estudiosos de la RSE- que postula tres tipos de empresas, según su grado de compromiso social:

- Empresas *narcisistas*, que se caracterizan por ser empresas cuyo único objetivo es maximizar las ganancias en el menor tiempo posible. Son empresas que entienden que no deben rendir cuentas a nadie más que a sus accionistas; consideran que su aporte a la comunidad es crear puestos de trabajo y que a ello se resume su responsabilidad dentro de la sociedad. Se trata de corporaciones encerradas en sí mismas, tradicionales, donde el valor es el auto-interés y están, estrictamente, apegadas a la maximización del lucro. Son empresas aisladas que no rinden cuentas a la comunidad de la que forman parte.

- Empresas *filantrópicas*, que se caracterizan por su incipiente comprensión de la importancia que tiene lo que el medio piensa de ellas; comienzan a valorar la imagen que devuelven a la comunidad (a diferencia de las narcisistas). Son empresas que trascienden los límites estrechos de la compañía, comienzan a mirar hacia el contexto y se plantean asumir y llevar adelante algunas acciones tendientes a ayudar a la comunidad. Se trata de empresas que hacen contribuciones a causas muy específicas.

De todas maneras, esas acciones aisladas, puntuales y esporádicas, si bien colaboran con causas sociales o medio-ambientales, no transforman la realidad. No se trata de reales acciones de RSE sino todo lo contrario. Muchas veces, estas empresas conocidas como filantrópicas, llevan adelante supuestas acciones de RSE con el mero fin de ganar imagen pública, como slogans o maniobras de marketing y no como reales políticas de la empresa. Ciertamente que despliegan -por momentos- acciones útiles pero con ellas no es suficiente para ser catalogadas como *empresas socialmente responsables*. Tal como se sostiene en la bibliografía consultada, el concepto de RSE es más complejo que meras acciones concretas. La RSE debe formar parte de la agenda política de las empresas, estar íntimamente ligado con la misión, la visión y los valores de la compañía y, esto último, con el objetivo de transformar, positivamente, la realidad circundante.

- Empresas *socialmente responsables*/con alta RSE: es aquí donde se genera un *salto conceptual*; desde esta postura, se entiende que ellas deben rendir cuenta a todos los involucrados en sus acciones de los que -en definitiva- depende su éxito: a sus propios empleados, a los consumidores, a la opinión pública, al Gobierno, a los medios masivos y a la sociedad civil. En definitiva, incorporan en el centro de su concepción, el valor de los stakeholders. Ellas entienden el éxito corporativo de la mano del progreso social y son conscientes de su rol fundamental en el sistema económico actual. Debido a ello, toman decisiones con criterio de responsabilidad colectiva y regida por principios de actuación ética. Son corporaciones que fijan políticas que crean, a su vez, valor social.

Para que una empresa sea considerada socialmente responsable debe cumplir con los siguientes ítems: a) políticas que respeten los derechos del personal y favorezcan su desarrollo; b) transparencia y buen gobierno corporativo; c) juego limpio con el consumidor; d) protección del medio ambiente; e) integración a los grandes temas sociales; f) ausencia de doble código de ética.

A lo largo de la Tesis, también se hace mención a informes y antecedentes que dieron lugar a que hoy la RSE ocupe el lugar de privilegio que ocupa.

Se enumeran y describen la “*Declaración de los Derechos Humanos*” (1948), el “*Protocolo de Kioto*” (1997), el “*Informe de Brundtland*” (1987) y los “*Objetivos de Desarrollo del Milenio*” (ODM) (2000), haciendo especial hincapié en el “*Pacto Global*” (1999) y sus Diez Principios, por ser una propuesta que se dio en el Marco de la ONU y que tuvo gran eco y repercusión en el mundo entero.

Finalmente, se hace una breve reseña de cómo se encuentra posicionada la Argentina y las empresas argentinas en materia de RSE.

3. Materiales y Métodos

En cuanto a la Metodología llevada a cabo, el tipo de trabajo es descriptivo, no experimental, transversal y cualitativo.

La unidad de análisis es una empresa nacional de servicios -que forma parte de un grupo empresario mayor- integrada por 450 empleados, ubicada en Capital Federal, durante los años 2012/2013.

La definición conceptual que se maneja es la citada precedentemente (IARSE, 2005).

Se está frente a la evaluación de la variable descriptiva: “*grado de Responsabilidad Social*” que la empresa encara en sus acciones.

En cuanto a la definición operacional, para la medición de dicha variable se apela a la utilización de algunos instrumentos y técnicas cualitativas: entrevistas en profundidad (al Responsable de RSE y a dos empleados de la compañía) y cuestionarios del IARSE que fueron administrados a 7 stakeholders relacionados con la corporación estudiada, escogidos de modo intencional. También se utilizó como instrumento cualitativo la observación participante.

La muestra es no probabilística/de tipo intencional. La investigación responde a las condiciones de viabilidad y factibilidad para ser efectuada, así como respeta las condiciones de ética y compromiso con la tarea a emprender.

4. Resultados y Discusión

El Cuestionario Inicial de RSE del IARSE (administrado al *Responsable de RSE*) arrojó el siguiente resultado: la empresa está demostrando tener interés en el ámbito de la RSE y estos indicadores podrán auxiliarlo a encontrar los medios para lidiar con este tema.

Esto indica que, en este momento, aún no se puede calificar a dicha compañía como una empresa “socialmente responsable”. Se encuentra, como bien sostiene el resultado del mencionado cuestionario, en un estadio anterior, el de “*empresa filantrópica*”.

Los análisis de los Cuestionarios en Profundidad de RSE del IARSE (administrados a 7 stakeholders) arrojaron el siguiente resultado: 3 de ellos entendieron que “la empresa tiene grandes oportunidades de mejorar, pues aún no posee ninguna gestión orientada a la Responsabilidad Social Empresaria. Debería aumentar la calidad y la cantidad de las acciones dirigidas hacia la RSE”. Los 4 stakeholders restantes calificaron a la empresa de la siguiente manera: “la empresa ya realiza acciones en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresaria. Se sugiere que realice un análisis más detallado de la herramienta utilizada, verificando en cuáles temas obtuvo puntuación más alta y qué contribuyó a ese resultado, buscando nuevas prácticas positivas de RSE e ideas sobre cómo seguir desarrollando acciones creativas y formas de superar obstáculos.

Por otra parte, no es un dato menor que, precisamente, la Responsable de RSE haya sido la que evalúa con mejores resultados las acciones realizadas, siendo los empleados con menores jerarquías los que más disconformes se encuentran con la organización.

Hasta aquí, se podría concluir que la empresa en cuestión no ha llegado, aún, a la categoría de socialmente responsable a pesar de algunos esfuerzos y atisbos, los que la ubicarían en la categoría de filantrópica.

Puntualmente, el tema “Medio-Ambiente” es llamativo que sea el que más bajo puntúa en cada uno de los 7 cuestionarios. Todos ellos coincidieron en que la empresa, hasta el momento, no ha tomado medidas tendientes a concientizar a sus empleados sobre el cuidado medio-ambiental y tampoco ha llevado adelante acciones de cara a reducir el impacto negativo que, por mínimo que fuere, toda empresa genera en su medio. Se podría decir, sin temor a caer en conclusiones apresuradas, que esta área es la de peor desarrollo, al momento -según los cuestionarios administrados-.

Por el contrario, el Área “Consumidores/Clientes” es la que mejor puntuó -de manera consensuada y unánime- en todos los cuestionados. Esto indica, con sólida evidencia, que la empresa valora positivamente el buen trato y cuidado hacia ellos por lo que, en principio, se podría decir que es el tema menos controversial de los 7 temas abordados en dicho cuestionario. No obstante ello, aún así, los puntajes son bastante bajos.

En cuanto al tema “Gobierno/Sociedad”, es otro de los ítems que puntúa bajo. Queda claro que la empresa no da lugar a la participación de/en foros regionales o alianzas comerciales ni incentiva a sus empleados a participar del debate político ni estimula la importancia del voto consciente, las elecciones transparentes, etc. De hecho, en las entrevistas, los propios empleados dicen ver a la empresa como una empresa poco transparente y “turbia”, emparentada con los “gobiernos de turno”, ya sea por estar aliada o enfrentada con ellos. Quizás por este mismo motivo, el Área “Valores/ Transparencia” puntúa, también, bajo en todos los cuestionarios administrados. En un análisis comparativo con las entrevistas podemos -incluso- observar que la empresa es acusada de apelar a paraísos fiscales y evadir impuestos.

Tampoco es casual que la persona que mejor ha calificado a la empresa sea la propia Responsable de llevar adelante las políticas de RSE. Aún así, ella entiende que su empresa todavía permanece en un estadio anterior al de la RSE, es decir, la califica como empresa filantrópica a pesar del esfuerzo que hace por puntuar alto en cada respuesta.

Del Análisis de las Entrevistas se observa que los empleados no se sienten satisfechos con sus sueldos, que manifiestan quejas por la dificultad, e incluso imposibilidad, de ser ascendidos o promovidos, que acusan a la empresa de contratar a empleados en negro o mantener con ellos contratos encubiertos, entre otras quejas.

De igual manera, es llamativo que todos los entrevistados califiquen a la empresa (y al grupo empresario al cual pertenece la misma) de ser poco transparente; la emparentan con los gobiernos de turno, la relacionan con la última dictadura militar y, lo más llamativo, la acusan de ser una empresa que evade impuestos y apela a paraísos fiscales.

En cuanto a las acciones de responsabilidad social, todos coinciden en que ellas son acciones aisladas, puntuales y con el claro objetivo de mejorar la imagen corporativa frente a la comunidad.

Asimismo, todos coinciden en que las acciones medio-ambientalistas son nulas.

5. Conclusiones / Recomendaciones

Los resultados obtenidos de la investigación permiten evaluar que la empresa estudiada, independientemente de lo que dice, no es una corporación que pueda calificarse como una empresa socialmente responsable puesto que sus acciones de cara a la ayuda social son de tipo filantrópicas.

Si bien es una compañía que ha empezado a entender que es importante lo que su entorno ve de y en ella, y de ahí que ha comenzado a realizar tareas de ayuda social, éstas son de tipo asistencialistas, son puntuales, aisladas y -muchas veces- usadas como estrategias de marketing social. No se encuentra, aún, en una instancia en donde la RSE sea parte de la misión de la compañía.

Si se analiza detenidamente las características propias de una empresa socialmente responsable, se concluye lo siguiente: no siempre se respetan los derechos del personal ni se favorece su desarrollo; la transparencia y el buen gobierno corporativo son asuntos controversiales; no se han desarrollado políticas ni acciones tendientes al cuidado y preservación del medio-ambiente; no se percibe real integración y compromiso con temas sociales; entre otros ítems que tampoco se cumplen.

En definitiva, y en base lo anteriormente expuesto, se concluye que se está frente a una empresa de tipo filantrópica.

En cuanto a las recomendaciones, sería interesante dar a conocer a la empresa los resultados del presente trabajo de investigación que sean aportes a su desarrollo, tales como: acercar a las posiciones gerenciales los datos y estadísticas argentinas y mundiales que muestran y demuestran -a las claras- las ventajas de llevar adelante buenas políticas de RSE; brindarles información sobre las tendencias en materia de compromiso social corporativo y nuevas modalidades de gestión, facilitándole ejemplos de empresas que ya han comenzado a recorrer este camino a los fines de que puedan servirse de su ejemplo y mejorar sus prácticas, estableciendo criterios claros que diferencien filantropía. Asimismo podrían definirse las ganancias y ventajas que las políticas serias y reales de RSE le generan a la comunidad y a las propias empresas en términos económicos, ofreciendo estrategias en la implementación de nuevas acciones respecto de la RSE, a la luz de alguno de los mencionados instrumentos, como por ejemplo, el Pacto Global o la Guía del IARSE.

6. Bibliografía

Albretch, K. (1998). *Servicio al cliente externo*. Barcelona: Paidós.

Argandoña, A., y Morel Berendson, R. (julio, 2009). La Lucha contra la corrupción: una perspectiva empresarial. *Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo de la Universidad de Navarra.*, 04, 01-38.

Argyris, C. (1982). *Reasoning, Learning and Action: Individual and Organizational*. San Francisco: Jossey-Bass.

De Geus, A. (1997). *La empresa viviente*. Buenos Aires: Granica.

Fuertes, F., Goyburu, M. L., y Kosacoff, B. (agosto, 2006). La Responsabilidad Social Empresaria: ¿sólo un discurso? *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Publicación de las Naciones Unidas*.

Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria. (2005). *Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria para PYMES*. Córdoba: Pugliese Siena.

Kliksberg, B. (agosto, 2012). La importancia de hacer RSE. *FONRES Responsabilidad Social Empresaria*, 07, 08-09.

Kliksberg, B. (noviembre, 2012). El mundo tiene más necesidad que nunca de RSE. *FONRES Responsabilidad Social Empresaria*, 10, 28-34.

Kliksberg, B. (2013). *Ética para Empresarios*. Buenos Aires: Distal.

Leguizamón, M. L. (noviembre, 2013). Las empresas estatales tienen la oportunidad de ser pioneras. *FONRES Responsabilidad Social Empresaria*, 10, 25-27.

Licha, I. (comp.) (2012). *Enseñanza de la Responsabilidad Social Empresarial: retos de las Universidades en Iberoamérica*. Buenos Aires: Sudamericana.

Mayorga, D. V. (2004). *Estudio sobre la vinculación entre la satisfacción de los clientes y empleados en una empresa de servicios. Argentina 2004: un entorno comercial incierto* (Tesis de Maestría). Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales. Buenos Aires.

Minnicelli, A., Saravia, F., y Jasler, V. (2013). *Pequeño Diccionario de la Responsabilidad Social*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Fundación Observatorio de Responsabilidad Social.

Passarelli, F. E. (agosto, 2012). El capital social. La base de apoyo para una RSE sustentable. *FONRES Responsabilidad Social Empresaria*, 07, 42-44.

Sánchez-Urán Azaña, Y., y Grau Ruiz M.A. (2013). *Responsabilidad Social de las Organizaciones*. Madrid: Grupo 5.

Senge, P. (1990). *La quinta disciplina*. Buenos Aires: Granica.

United Nations. The Global Compact. (Actualización 2007). *El Pacto Mundial*. Recuperado el 10-08-2014 de <https://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/index.html>

Taraman, I. (abril, 2013). Empresas, atención: la diferencia importa. *FONRES Responsabilidad Social Empresaria*, 15, 10-12.

Taraman, I. (junio, 2013). El efecto RSE en el interior del país. *FONRES Responsabilidad Social Empresaria*, 17, 15-18.

Zanek, G., y Lopez C. C. (abril, 2013). ¿Es posible hacer RSE sin dinero? *FONRES Responsabilidad Social Empresaria*, 15, 38-39.