

**REALIDAD DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DELAS ORGANIZACIONES (RSO) EN VILLA
MARÍA
REALITY OF THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF ORGANIZATIONS (CSR) IN VILLA MARÍA**

María Cecilia Conci ceciliaconci@arnet.com.ar

María Beatriz Moine mbmoine@yahoo.com.ar

Cledis S. Peccoud cledis@coopher.com.ar

Colaboradores: Adriana A. Bleger. María Ileana Priarollo. María Virginia Tamargo.

Universidad Nacional de Villa María

Artículo científico

Resumen

La responsabilidad social es una realidad mundial que se materializa día tras día a partir del accionar humano, pero ¿cómo se expande a toda la sociedad? Conscientes de que el motor de la sociedad son las organizaciones, el desafío de las personas consiste en transformarlas en agentes socialmente responsables e iniciar de esta manera el círculo virtuoso de “ganar-ganar” con sustentabilidad.

Una conducta organizacional responsable amerita el análisis de diferentes aspectos de la gestión organizacional, y no tan sólo de la mera obligación, ni de causas filantrópicas. Una gestión en materia de responsabilidad social, significa ampliar la mirada hacia los impactos que genera la organización, y a través de los mismos, ir considerando acciones que puedan disminuir la incidencia en los impactos negativos que hubiera, y además planificar acciones tendiente a un desarrollo social y ambiental.

Como habitantes de Villa María, provincia de Córdoba, nos ha interesado en conocer cómo se encuentran las organizaciones de Villa María en materia de Responsabilidad Social.

Abstract

Social responsibility is a global reality that materializes day after day from human actions, but how does it spread throughout society? Aware that the motor of society is organizations, the challenge for people is to transform them into socially responsible agents and thus initiate the virtuous circle of "win-win" with sustainability.

A responsible organizational conduct merits the analysis of different aspects of organizational

management, and not only of mere obligation, nor of philanthropic causes. Management in terms of social responsibility means broadening the view towards the impacts generated by the organization, and through them, considering actions that can reduce the incidence of negative impacts that may exist, and also plan actions aimed at social and environmental development.

As inhabitants of Villa María, province of Córdoba, we have been interested in knowing how the organizations of Villa María are in terms of Social Responsibility.

Palabras Claves: organización socialmente responsable; responsabilidad social; obligación social; filantropía

Keywords: socially responsible organization; social responsibility; social obligation; philanthropy

Introducción

Una conducta empresarial responsable amerita el análisis de diferentes aspectos de la gestión organizacional, y no tan sólo de la mera obligación, ni de causas filantrópicas. Una gestión en materia de responsabilidad social, significa ampliar la mirada hacia los impactos que genera la organización, y a través de los mismos, ir considerando acciones que puedan disminuir la incidencia en los impactos negativos que hubiera, y además planificar acciones tendiente a un desarrollo social y ambiental.

La presente investigación tiene como objetivos:

- Conocer en qué medida las organizaciones de Villa María conocen y aplican en su gestión aspectos de la Responsabilidad Social.
- Definir la trayectoria de adopción de la Responsabilidad Social en una organización.

En primer lugar, se aborda la definición de Responsabilidad Social desde el análisis que realizan los principales organismos mundiales que trabajan la temática para luego definir la RS desde el posicionamiento de la investigación.

De manera complementaria se realiza una revisión bibliográfica del contexto que ha favorecido el desarrollo de la RS; como así lo son surgimiento, evaluación, principales iniciativas a nivel mundial, nacional y local. También resulta apropiado realizar una revisión teórica del concepto de organizaciones socialmente responsable.

En segundo lugar, se aborda en el trabajo una investigación cuantitativa de las organizaciones de Villa María con el objeto de evaluar su conducta en materia de Responsabilidad Social en términos de: qué, cómo, quiénes y por qué lo hacen.

Con el término de organizaciones se hace referencia a: empresas, asociaciones, fundaciones, cámaras empresariales y demás formas jurídicas de organización de la sociedad civil.

De acuerdo con una base de datos privada, el universo de organizaciones en la ciudad es de 6449. Considerando que el instrumento de recolección de la información sería a través de un cuestionario telefónico, el mismo se redujo a 5586 organizaciones en función de la disponibilidad de datos de contacto. A partir de esto el tamaño de la muestra fue de 380 organizaciones, de las cuales la tasa de respuesta fue de 49.5%.

¿A qué se hace referencia con responsabilidad social?

Definición Responsabilidad Social (RS)

Pensar en responsabilidad social induce a pensar en el significado de ambos términos: responsabilidad y social, por separado.

Indagando la conceptualización que le concede la Real Academia Española (2014) al término responsabilidad, se considera a una persona responsable a aquella que desarrolla una acción en forma consciente y que puede ser imputada por las derivaciones que dicho comportamiento posea. De este

modo, la responsabilidad es una virtud presente en toda persona que toma una serie de decisiones de manera consciente y asume las consecuencias que tengan las citadas decisiones y responde por las mismas ante quien corresponda en cada momento.

Por social se entiende aquello perteneciente o relativo a la sociedad (RAE), mientras que por ésta se interpreta al conjunto de individuos que comparten una misma cultura y que interactúan entre sí para conformar una comunidad.

A partir de lo anterior, se puede decir que con el término de responsabilidad social se hace referencia a la carga, compromiso u obligación que las personas, ya sea en su individualidad o como miembros de alguna organización, tienen tanto entre sí como para las personas que la rodean. En este sentido, RS implica omisiones y/o acciones; supone “hacerse cargo” de las consecuencias que generamos en terceros que se vinculan de manera directa o no con nosotros.

Definir la responsabilidad social de manera sustantiva y definitiva se dificulta debido al movimiento que se ha generado en torno a ella y tantas y tan diversas sus iniciativas y aproximaciones (Vallaey, De la Cruz & Sasia 2009).

Realizando una revisión bibliográfica de los principales exponentes en la materia, como la Norma ISO 26000 (2010), Vallaey, De la Cruz y Sasia (2009), Foro de Expertos en RSE del Ministerio de Trabajo español, Forética, se observan varios elementos comunes.

- El principal es la ampliación de los intereses personales (siendo generalmente estos económicos) a los intereses de la sociedad; abarcando con esta palabra a las generaciones futuras y terceros en quienes nuestras decisiones repercuten de manera indirecta.
- Entre el abanico de intereses se abarcan temáticas sociales, ambientales y todas aquellas reclamadas por las partes que han depositado algún interés en el accionar de la persona u organización. La voluntariedad en asumir este compromiso, sostenida en un cambio en el pensamiento y las creencias que subyace en el comportamiento y la nueva lógica con que se asume el accionar en las personas.

La RS supone un accionar proactivo, continuo e integrado a la gestión organizacional que promueva el desarrollo de la sociedad.

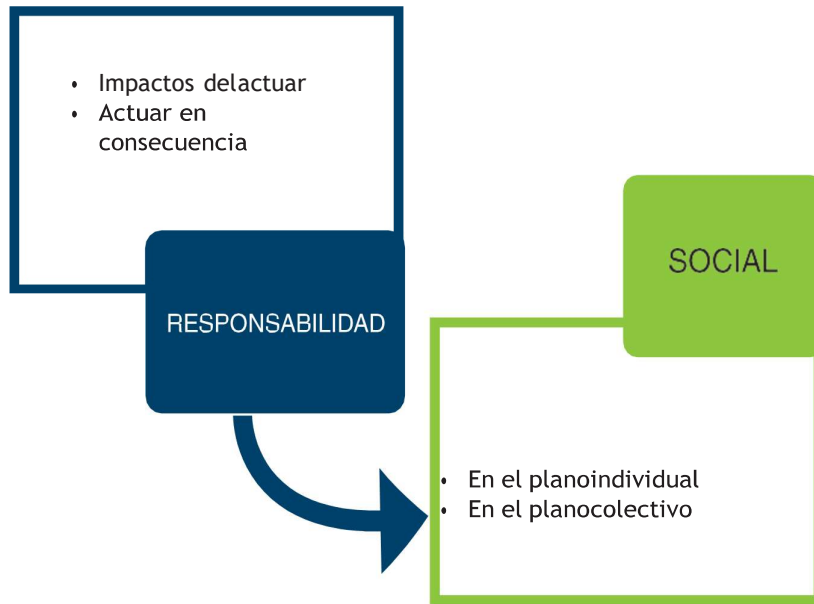


Ilustración 1 - Elaboración propia.

A los fines de la presente investigación la Responsabilidad Social, tanto en el plano individual como colectivo, se refiere a la toma de conciencia de los impactos de nuestros actores y la consecuente respuesta ante ellos. Los actos responsables socialmente no son acumulativos. La responsabilidad social es un compromiso de todos y todas, que transversaliza cualesquier rasgo de individualidad. Donde quiera que se esté trabajando, independientemente del lugar, la posición, del status económico, o del nivel de formación es un compromiso con uno mismo y con el otro. El ser humano no puede pensarse aislado de lo social, es ante todo social, porque desde su gestación hasta su muerte vive en permanente relación con otros seres y, es de este entramado de relaciones que surgen sus pensamientos y sus acciones, consecuentemente, es a partir de su cualidad de social que debe reflexionar sobre el impacto que generan sus actores y el modo en que responderá por los mismos.

Reseña histórica de la Responsabilidad Social (RS)

Hablar de los inicios de la responsabilidad social resulta un tanto dificultoso, pues el surgimiento de ésta no se remonta a ningún momento fijo. Por el contrario, su origen se ha plasmado en determinados acontecimientos, que, sin duda, han servido a los antecedentes que marcan el principio de este nuevo paradigma.

La idea de que los individuos tengan una responsabilidad para con su sociedad se remonta a los filósofos griegos y al sistema romano de legalidad. Siguiendo lo sostenido por Ricardo Camargo Brito “en la antigua Grecia el pueblo libre tenía por costumbre, en ambiente de franco debate, participar y cuestionar los argumentos de diálogo abierto en el ágora o plaza mayor; sin embargo, la esclavitud era parte fundamental de su estructura social y económica” (Martínez Sibaja, 2012).

Cicerón, como uno de los grandes representantes del Estoicismo, destaca la importancia de una buena ley y la igualdad de los derechos ciudadanos, en su libro primero de “Los Deberes” habla sobre los deberes que tiene el hombre hacia la sociedad y hacia él mismo, proponiendo que existe sólo una ley verdadera. Esta ley es la recta razón, la cual, de acuerdo con la naturaleza, gobierna sobre todos los hombres, es eterna, no cambia e impulsa a los hombres a cumplir con sus deberes prohibiéndoles hacer el mal (Blanco Reyes & Cervantes Aparicio, 2011).

Aproximándonos al siglo pasado y quizás al siglo XVIII, podríamos decir que hay documentos que datan y dan fe de la realización de acciones por parte de personas o grupos de ellas que se exteriorizaron como expresiones de la responsabilidad social.

En la Edad Contemporánea, la tecnología y el avance científico predominan. Cada día es más fácil acceder a la información, se necesita acumular bienes para tener una mejor calidad de vida.

Estos comportamientos se convierten en una responsabilidad para la sociedad; el Estado ya no es lo más importante, ahora las empresas tienen un poder, ya que el mercado es lo que predomina.

Como se observa con el transcurso del tiempo la responsabilidad social ha mutado, lo que era bueno en algún momento después se convirtió en un delito y viceversa. No obstante, las personas conservan la obligación de ser responsables con la sociedad moral y legalmente, independientemente de si están o no de acuerdo.

Por otra parte, el nacimiento de la ONU y la posterior Declaración de los Derechos Humanos sirvieron como una base sólida para que se generara una mayor conciencia social. A estos le siguieron hechos como la Conferencia de Estocolmo y el Club de Roma en 1972, el Informe Brundtland en 1987 o el protocolo de Kyoto en 1997; el nacimiento de grupos civiles como Amnistía Internacional, WWF, Greenpeace o Transparencia Internacional; las iniciativas formales empresariales como AA1000, SA8000, las Directrices de la OCDE o el mismo Pacto Mundial, la creación de organizaciones como la Global Reporting Initiative o el Instituto Ethos, son todos acontecimientos que han servido como cimientos para levantar este nuevo paradigma.

Iniciativas que establecen principios de RSE

A nivel mundial

Iniciativa de Reporte Global (GRI): GRI es una organización cuyo fin es impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad en todo tipo de organizaciones.

Los GRI conforman un conjunto de directrices completo para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad cuyo uso está extendido en todo el mundo¹. Establece principios e indicadores para medir y dar a conocer el desempeño económico, ambiental y social de las organizaciones. Posee como ven-

¹ Global Reporting Initiative. (s.f.). Recuperado el 11 de septiembre de 2015, de www.globalreporting.org

una descripción detallada de los posibles indicadores para medir la RSE en la organización.

Pacto Global- Pacto Mundial: El Pacto Global es una iniciativa de la ONU anunciada en el año 1999 (Responsabilidad Social Empresarial. México 2012).

El objetivo del Pacto Mundial es facilitar la alineación de las políticas y prácticas corporativas, junto a valores éticos universales y aplicables a nivel internacional, procurando la creación de una “ciudadanía corporativa mundial”².

Dicho objetivo se sustenta en el compromiso voluntario de todo tipo de organizaciones comprometidas a trabajar en materia de RS.

La declaración consta de 10 principios agrupados en cuatro campos de acción: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción.

ISO 26000: La Norma ISO 26000 del año 2010 es la primera y única norma internacional que hace referencia a la RS. Es una herramienta que ofrece una guía u orientación a organizaciones de todo tipo, de carácter no certificable.

Las materias fundamentales son: gobernanza de la organización, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores y participación activa y desarrollo de la comunidad. Las mismas cubren los impactos más probables, tanto de tipo económico, como ambiental y social que deberían abordar las organizaciones.

La ISO también propone siete principios generales de RS que las organizaciones deberían observar.

Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial (PLARSE): El PLARSE fue fundado en el Instituto ETHOS por la Fundación Avina, de la Organización Inter eclesiástica de Cooperación para el Desarrollo (ICCO) y del Fórum Empresa.

Su objetivo es fortalecer las iniciativas de responsabilidad social empresarial surgidas en América Latina, a través de la combinación, coordinación y apoyo a las acciones realizadas entre sus miembros, el intercambio de conocimiento y experiencias, la consolidación de alianzas entre las organizaciones que ya participan y las que quieran adherirse. Con esto se pretende contribuir a la creación de un ambiente propicio a la gestión de los negocios de las empresas a fin de que tengan un efecto concreto en términos de reducción de la pobreza y la desigualdad en la promoción del equilibrio socio ambiental.

A nivel nacional

Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP): en el año 2012 la AFIP crea el “Registro de Contribuyentes Socialmente Responsable (RegistraRSE)” mediante Resolución General N°3424.

El principal objetivo del RegistraRSE es “el reconocimiento público de aquellos contribuyentes que, en virtud de su compromiso frente a la comunidad, evidencien un correcto y responsable comportamiento en los aspectos social, económico y/o ambiental”³. Se espera que esto, además, favorezca a las empresas

² https://es.wikipedia.org/wiki/Pacto_global Recuperado el 28 de septiembre de 2015.

³ Resolución AFIP N°3424.

y/o contribuyentes en la generación de una mejor imagen pública y a la captación de los beneficios que derivan del reconocimiento de ésta por parte de la comunidad.

A nivel local – Villa María

“Programa de Responsabilidad Social”:

en el año 2013 el Concejo Deliberante de la ciudad de Villa María se pronuncia por primera vez en materia de Responsabilidad Social.

En este marco se implementa el “Programa de “Responsabilidad Social” cuya finalidad es llevar a cabo acciones sustentables y sostenibles, promocionar y difundir los principios, objetivos y principales lineamientos de la Responsabilidad Social, a los fines de mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos, y principalmente teniendo el objetivo de que las generaciones futuras puedan disfrutar de los mismos recursos y derechos” se lee en la Ordenanza⁴.

Además, la misma, crea el “Registro Único de Gestión Responsable de la ciudad de Villa María”. Por este registro se entiende “una base de datos de carácter voluntario donde se inscribirán todas las interesadas en la temática: organizaciones empresariales, Instituciones públicas o privadas, Organizaciones Sociales, y podrán también asentar proyectos vinculados a la temática”.

La responsabilidad social en las organizaciones

Organización Socialmente Responsable

La RS es una cuestión individual y, por lo tanto, un valor que las personas incorporan en las organizaciones que conforman.

La responsabilidad social no es sólo para las empresas, sino que concierne a todas las organizaciones, públicas y privadas, con o sin fines de lucro, nacionales e internacionales. (Vallaeys, De la Cruz & Sasia 2009).

El Consejo Mundial de Desarrollo Sustentable define a la Responsabilidad Social Empresaria como “el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida (Cammarota & Berenblum)”.

Los paradigmas que han marcado el desempeño organizacional ideal han mutado a la vez que lo han hecho los intereses de la sociedad.

Después de la Segunda Guerra Mundial se impulsó la idea de la cultura de calidad como una estrategia empresarial para elevar la calidad de los procesos, a nivel de las empresas para asegurar la competitividad en la economía mundial (De la Cruz, Argüello Zepeda & Tello Iturbe, 2009).

Pero actualmente el reto ya no es solamente continuar con esta visión de la cultura de la calidad, sino también cumplir con los principios de responsabilidad social, lo cual tiene que ver con una perspectiva

⁴ Ordenanza N° 6.678 del Concejo Deliberante de la ciudad de Villa María. 15 de agosto de 2013

de desarrollo humano o ética.

Si bien es cierto que llega a contraponerse con la lógica competitiva y racionalizadora del capitalismo global, a largo plazo resulta ser “una buena inversión”(De la Cruz, Argüello Zepeda & Tello Iturbe, 2009).

Este nuevo paradigma impulsa a todas las organizaciones a incorporar a sus criterios de gestión, generalmente limitados al campo económico y legal, aspectos sociales, ambientales, laborales entre otros. Además de establecer objetivos relacionados en la materia y monitorear el desempeño logrado en los mismos.

En la actualidad, resulta válido referirnos con el término de organizaciones socialmente responsables, independientemente del objetivo principal o actividad principal que constituyen la razón de ser de la organización, a aquellas que han asumido y trabajan en pos de los siguientes compromisos para (Vallaes, 2009):

Identificar y comprender los efectos de sus acciones, considerar los impactos sociales, ambientales y económicos, y los puntos de vista de las partes interesadas y asociadas a estos temas (stakeholders).

- Considerar, concertar y responder de manera coherente (sea negativa o positivamente) a las aspiraciones, preocupaciones y necesidades de todas las partes interesadas.
- Rendir cuentas de sus decisiones, acciones e impactos a las partes interesadas.
- Dar respuesta a los problemas que se presentan y cumplir con lo declarado y pactado en la misión y visión y los acuerdos firmados de la organización.

Es decir, las organizaciones socialmente responsables incorporan en su gestión a un tercero, atienden sus requerimientos y responden ante impactos posibles o reales. Consideran no sólo factores económicos como indicadores de su desempeño y del negocio, sino que se ocupan de manifestar en su diario quehacer acciones sociales y ambientales y el monitoreo de los mismos.

Por su parte, González (2008) considera que la responsabilidad social empresarial comprende los siguientes cuatro pilares: calidad de vida en la empresa (dimensión social del trabajo), ética empresarial, vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo y cuidado y preservación del ambiente.

Este cambio en la lógica de administración, se sustenta en la ética empresarial u organizacional que motiva, condiciona y evalúa el accionar.

A los fines del presente trabajo, resulta válido extender la definición de responsabilidad social empresarial a responsabilidad social organizacional por compartir los fundamentos que la definen. Ver ilustración 2.

Por último, se puede afirmar que, para considerar a una organización como socialmente responsable debe demostrarse un accionar en materia social, ética, ambiental para con todos los públicos que resulten, de manera directa e/o indirecta, afectados

por el accionar organizacional. La vinculación que se establezca con estos públicos debe mantenerse

en el tiempo, operando como un continuum que trasciende todas las áreas de la organización, y retroalimentar el desempeño a fin de superarlo día a día.

Curva de adopción de la RSO.

Como proponen Chirinos, Fernández y Sánchez, considerando la definición de Responsabilidad Social Empresaria, “emerge la duda sobre cuándo realmente una empresa cumple con su responsabilidad social, trascendiendo su quehacer, favoreciendo a su público interno y externo, con aportes realmente sustentables, no con dádivas, actos filantrópicos o soluciones simuladas”.



Ilustración 2 - Elaboración propia

Al igual que sucede con el lanzamiento de un nuevo producto, con la adopción de nuevas herramientas y prácticas organizacionales, las organizaciones atraviesan un ciclo que les permite alcanzar el desempeño óptimo o esperado en la materia.

En este sentido, se presentarán los “momentos” por los que atraviesa una organización hasta “convertirse” en socialmente responsable.

En estos términos Cammarota y Berenblum, citan a Bernardo Kliksberg quien explica “tres etapas por los que podría atravesar una empresa, en una supuesta curva evolutiva: la autista, la filantrópica y la de la responsabilidad social”.

Por otra parte, Chirinos, Fernández y Sánchez comparten las ideas de Guédez quien desglosa “cuatro conceptos complementarios para la adopción y crecimiento de la responsabilidad social empresarial refiriéndose a empresa socialmente: dispuesta, competente, inteligente y ética”.

Estos conceptos suponen un proceso de aprendizaje que se inicia a partir del interés por la temática, que lleva a las personas a capacitarse y apropiarse del conocimiento y las herramientas. Esto para luego, “impregnar” la RSC en todos los aspectos de la gestión organizacional.

A partir de lo sostenido por Bernardo Kliksberg, entre otros autores, y a los fines de este proyecto se han definido conceptualmente diferentes momentos por los que podría atravesar una organización

hasta ser socialmente responsable.

El primer momento se corresponde con la preocupación única en las ganancias, la rentabilidad, los factores económicos o lo atinente a la razón de ser de la organización. Se deja de lado a la sociedad que la rodea y la condiciona. No se presta la debida atención a los grupos de interés de la organización. A las organizaciones que reúnen estas características se las denomina *indiferentes*.

En un segundo momento, la organización se ocupa de cumplir con las obligaciones legales atinentes a su actividad y otras específicas del entorno en donde se desenvuelve. Esto supone que la organización considera al medio que la rodea sólo a los fines de dar cumplimiento a requerimientos legales. En este momento se considera a la organización como *legal*.

En el tercer momento, la organización se manifiesta sensible a las necesidades que observa en el entorno mediato con el que se relaciona. Aporta a su solución mediante la donación de recursos, desplegando así una actitud filantrópica, pero sin un involucramiento total. Las organizaciones que presentan estas características son las llamadas *sensibles*.

En un cuarto y último momento, la organización se caracteriza por responder conscientemente y con un involucramiento pleno ante los impactos que produce en la sociedad. Comprende el significado de la RS y atraviesa transversalmente todo su accionar. De esta forma, de manera proactiva y sistemática se abordan, además de las cuestiones económicas, los aspectos sociales y ambientales. Cuando las organizaciones atienden lo descrito son consideradas *socialmente responsables*.



Ilustración 3 - Elaboración propia

Metodología de estudio

Para conocer la situación de las organizaciones de Villa María en materia de RS, se realizó una investigación cuantitativa sobre las mismas con las siguientes características:

Ficha técnica de la investigación	
Naturaleza metodológica	Cuantitativa exploratoria.
Población objetivo	Organizaciones de la ciudad de Villa María incluidas en una base de datos privada.
Elementos de muestreo	Organizaciones de la ciudad de Villa María, entendiendo como tales: empresas, instituciones, ONGs, asociaciones, fundaciones, entre otras formas jurídicas.
Error muestral	Menor o igual a 0,025 con 95% de confianza, para fenómenos presentes en la población con una frecuencia de ocurrencia del 50%.
Técnica metodológica	Encuesta telefónica. Cuestionario estructurado, de aproximadamente 10 minutos de duración. - Primera parte: datos generales de la organización. - Segunda parte: prácticas de RS en términos de qué, cómo, quiénes y por qué lo hacen.
Unidades de muestreo	Personas, los máximos dirigentes de las organizaciones. Se entiende por tales, aquellos que tienen capacidad para decidir sobre los destinos de la organización.
Ámbito geográfico	Ciudad de Villa María
Tamaño de la muestra	382 casos
Procedimiento de muestreo	180 fueron seleccionada mediante el método intencional en función de su representación social y comercial en su respectivo rubro general. 200 organizaciones sometidas a la selección mediante un método aleatorio.
Período recolección	de Del 10 al 24 de noviembre de 2015.
Ente que realizó la encuesta	Observatorio Integral de la Región. Investigaciones y Estudios Estadísticos del Centro del País. (OIR).

Definición teórica de las variables desegmentación

...aun cuando el sentido social de las organizaciones se está convirtiendo en un factor clave para el funcionamiento, mantenimiento y supervivencia a largo plazo de las mismas (Muñoz & Cabaleiro, 2009), la adopción de dichas prácticas no ha tenido un desarrollo similar entre las grandes corporaciones Pymes. Ello se ha debido fundamentalmente a las diferencias propias que presentan éstas últimas en cuanto a su estructura de la propiedad, a las características del empresario y al ámbito local en el que operan, entre otras cuestiones (Jenkins, 2004; Herrera et al., 2013). (Revista de empresa familiar, 2014).

En este marco, se han establecido aspectos que deben considerarse al momento de analizar la realidad de las organizaciones en materia de RSO ya que condicionan la adopción de estas prácticas.

A los fines de la presente, se prestará especial atención a la característica que manifiesten las organizaciones en las siguientes variables:

Tamaño-estructura de la empresa/organización: Se considera que existe una relación directa entre el tamaño de la empresa y una mayor implicación y comprensión del concepto integral de la RSE (Baumann-Pauly et al., 2013).

En estudios relativos a la RSE en Pymes el tamaño es analizado como un factor explicativo de las decisiones específicas que atañen a la misma y, por tanto, condiciona la cantidad de actividades sostenibles (Vives et al., 2005; Lepoutre y Heene, 2006; Perrini et al., 2007; Russo y Tencati, 2009; Preuss y Perschke, 2010), siendo las de tamaño micro y pequeñas las que menos recursos destinan a estas prácticas quizás, debido a la falta de codificación de la responsabilidad social en las pequeñas empresas (Spence, 1999; Jenkins, 2004). (Revista de Empresa Familiar 2014- Motivaciones hacia la Responsabilidad Social en las PYMES familiares).

Sector de la actividad: De acuerdo con Herrera, Larrán, Lechuga y otros (2014), el tipo de actividad empresarial desarrollada afecta significativamente la predisposición a desarrollar determinadas prácticas. En concreto, podemos afirmar que las empresas dedicadas a actividades terciarias muestran una mayor preocupación por el desarrollo de prácticas que satisfagan las expectativas de los clientes y los empleados, mientras que la mayor exposición al riesgo medioambiental de Pymes industriales les lleva a un mayor desarrollo de este tipo de prácticas.

Características de la empresa familiar: H Herrera, Larrán, Lechuga y otros (2014) afirman que las empresas familiares muestran una preocupación significativamente superior por las cuestiones sociales y ambientales, tal y como confirmaron respectivamente Deniz Suárez (2005) y Walls et al. (2007).

Edad de los dirigentes: Herrera Madueño, Larrán y Martínez Martínez (2012) señalan que “algunos trabajos empíricos encontraron también una relación positiva entre la edad y el comportamiento ético”.

Siguiendo a los citados autores destacan que “la influencia que la edad y la educación tienen sobre la actitud, fue del mismo modo analizada por Dawson et al. (2002) para el caso de propietarios de microempresas australianas, comprobándose que los mismos otorgaban una mayor importancia al comportamiento ético en su actividad diaria a medida que aumentaba tanto la edad como el nivel de estudios”.

Sexo de los dirigentes: a las mujeres se les presupone tener un instinto más filantrópico y una mayor sensibilidad social (Burgess & Tharenou, 2002) que, a los hombres, a quienes por el contrario se les atribuye un instinto mucho más económico (Burgess & Tharenou, 2002) o asocia con mayor frecuencia una racionalidad económica superior, y por tanto conductas mucho más reactivas, concentradas en los objetivos y el control (Vinnicombe, 1995).

En definitiva, las mujeres parecen tener una visión más holística de la realidad, siendo esta un aspecto clave requerido por la RSE (De Miguel, 2011).

Nivel de formación de los dirigentes: Besser (1998), Fitzgerald et al. (2010) contrastaron que los individuos con mayor nivel de estudios reglados eran más proclives a participar como líderes de organizaciones de carácter social y local. Igualmente, Dawson et al, (2002) estudiaron la influencia que la educación tiene sobre la actitud en el caso de propietarios de microempresas de Australia, comprobándose que estos otorgaban una mayor importancia al comportamiento ético en su actividad diaria a medida que aumentaba el nivel de estudios.

A modo de conclusión Herrera Madueñoa, Larrán y Martínez Martínez (2012) manifiestan que “el hecho de ser mujer, tener una mayor edad, una mayor cualificación reglada o ser una persona religiosa, son características que inciden positivamente sobre la sensibilidad y la ética empresarial del propietario gestor”.

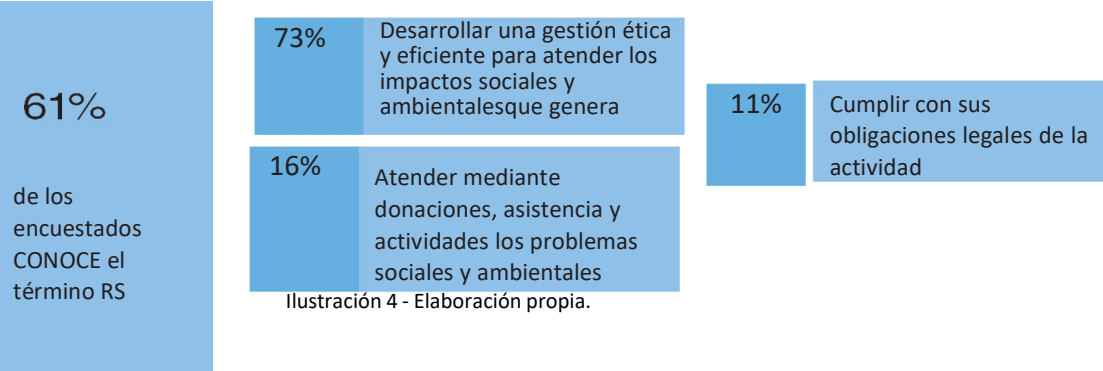
Principales hallazgos

Inicialmente, puede afirmarse que el 60% de las personas encuestadas dice conocer el término. Al momento de indagar sobre este conocimiento, se observó que entre los encuestados existe una comprensión precisa del término de RS. Por más del 70% las personas optaron por el enunciado: la RS es “desarrollar una gestión ética y eficiente para atender los impactos sociales y ambientales que genera”. Por su parte, la visión filantrópica de la RS primó a la visión meramente obligatoria legal.

Se verifica que el conocimiento del término de RS es una variable que manifiesta una relación de dependencia comparando personas con nivel terciario incompleto e inferiores (secundario: completo e incompleto) versus personas que han completado los estudios terciarios y han transitado por algún estudio universitario, bien lo hayan finalizado o no, afirmaron conocer el término de RS en un 76%. Es decir, es altamente probable que una persona con estudios superiores completos manifieste conocer la implicancia de la RS.

No obstante, lo anterior al momento de sugerir qué entendían por el término, independientemente del nivel de estudio, los encuestados optaron por la opción alternativa correcta.

A pesar de los altos índices de conocimiento manifiestos, éste no tiene su correlato en la práctica. Sólo el 40% del total de los encuestados afirmó haber realizado acciones de RS



Se observa una relación entre el género y la intervención con acciones de RS, siendo las mujeres más proclives para incursionar con actividades e iniciativas en la sociedad, un 67% manifestó esta situación. Los hombres se muestran más reacios a las mismas. Esta información se corresponde con las hipótesis de investigaciones citadas.

ACCIONES	TEMÁTICAS
9% Reciclado y reutilización de recursos	17% Educación
14% Acciones de formación y concientización	21% Medio ambiente
49% Diálogo e involucramiento con la sociedad	24% Salud y calidad de vida

MOTIVOS
44% razones personales / convicción – 17% fin de la organización 11% imagen pública de la empresa

Ilustración 5 - Elaboración propia

Profundizando en las intervenciones sociales, se consultó en el relevamiento particularidades que responden básicamente a: qué se hace, en qué temas se trabaja, a quién se dirigen, cómo, por qué y cómo se autoevalúan.

En este marco, las acciones realizadas se enfocan en prácticas de “diálogo e involucramiento con la sociedad” en un 49%. Las necesidades atendidas e iniciativas ejecutadas se caracterizan por una marcada tendencia filantrópica, es decir se observan transferencia de recursos y facilidades en el acceso a determinados bienes. En segundo orden de importancia se realizan “acciones de formación y concientización”, en un 14%, pretendiendo sensibilizar a la sociedad en RS, prevenir y/o formar en temas de actualidad o relacionadas con la razón de ser de la organización que las promueve. Se completan las tres iniciativas más realizadas, con actividades en materia de cuidado del medio ambiente que supone el “reciclado y reutilización de recursos” y la “gestión de recursos ambientales y energéticos”.

Estas intervenciones cubren principalmente aspectos vinculados a salud y calidad de vida, medio ambiente y educación. Siendo temas como violencia, inserción laboral marginal y género los de menor tratamiento.

Indagando acerca del target de las acciones se observa que un 95% lo conforman las personas, un 1% a mascotas y el 4% restante a otros no especificados. Podría afirmarse que no existe una segmentación del público objetivo, ya que un 43% de las acciones se dirigen a la “comunidad en general”, luego los niños (18%), el personal de la organización (13%) y los jóvenes (12%).

Para finalizar, a las motivaciones para el actuar los dirigentes de las organizaciones dicen encontrarlas en sus “razones personales – convicción ética” en un 44%. Un 17% por tratarse de un “fin de la organización”, asociándose esta respuesta en un amplio porcentaje con organizaciones de la sociedad civil. Entre otros factores, figura la imagen pública. Invita a la reflexión, la afirmación de que los “aspectos legales-jurídicos” que representa el 10% de los motivos para incursionar en RS.

Conclusión

Hablar de Responsabilidad Social supone reflexionar de los impactos de nuestros actuares y la consecuente respuesta ante ellos. Incorporar este nuevo paradigma en el actuar cotidiano, significa un proceso de cambio tanto en el plano personal como organizacional. Sin lugar a duda, el cambio organizacional es consecuencia de un cambio individual de las personas que la conforman.

Centrando el interés en el proceso de cambio de las organizaciones hemos identificado dos etapas por las que la misma atraviesa y supera para convertir se en una organización socialmente responsable. Éstas se asocian a momentos que pueden resumirse como de: obligación y sensibilización social.

Lo anterior, tomando en consideración que las organizaciones se encuentran en un momento al que podemos llamar “cero”, en el que se muestran indiferentes a las consecuencias de su actuar en la sociedad.

A los fines de la presente investigación se definió como organización socialmente responsable a aquella que demuestra un accionar en materia social, ética, ambiental para con todos los públicos que resulten, de manera directa e/o indirecta, afectados por el accionar organizacional. La vinculación que se establezca con estos públicos debe mantenerse en el tiempo, operando como un continuum que trasciende todas las áreas de la organización, y retroalimentar el desempeño a fin de superarlo día a día.

Por lo tanto, la responsabilidad social es una forma de “ser”, que supera al “parecer” y al “deber ser”.

En este sentido, hemos observado que en la ciudad de Villa María los máximos dirigentes de las organizaciones relevadas conocen el término de Responsabilidad Social, ya sea de manera deliberada o por intuición.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se corrobora que existen diferencias entre hombres y mujeres en el involucramiento en acciones vinculadas a la RS. En los términos de Hazlina y Seet (2010) “son las mujeres las que suelen tener una actitud más proactiva hacia este tipo de prácticas”.

Además, se verifica que el conocimiento del término de RS es una variable que manifiesta una relación de dependencia comparando personas con nivel terciario incompleto e inferiores (secundario: completo e incompleto) versus personas que han completado los estudios terciarios y han transitado por algún estudio universitario, bien lo hayan finalizado o no. No obstante, lo anterior, al momento de sugerir qué entendían por el término, independientemente del nivel de estudio, los encuestados optaron por la opción alternativa correcta.

Por otra parte, en materia de acciones las organizaciones se caracterizan por desarrollar actividades filantrópicas y actividades esporádicas que respetan o no alguna periodicidad. Por ejemplo, en el día de la salud realizar alguna actividad de concientización.

Bibliografía

- BLANCO REYES, I. y CERVANTES APARICIO W. (2011). Responsabilidad Social del Revisor Fiscal Frente al Medio Ambiente, Monografía de Grado, Especialización en Revisoría Fiscal. Universidad de Cartagena de la Facultad de Ciencias Económicas, Programa de Contaduría Pública Espec. Revisoria Fiscal, Cartagena de Indias D. T y C.
- CAMMAROTA, E. y BERENBLUM, D. Responsabilidad Social Empresarial y Gerencia Social: Partícipes necesarios para el Desarrollo Humano. Recuperado el 5 de diciembre de 2014, www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/responsabilidad_social_empresarial_y_gerencia_social_p_ar-icipes_necesarios_para_el_desarrollo_humano_estela_cammarota_y_daniel_berenblum.pdf
- CASTRILLÓN C. T. y RODRÍGUEZ CÓRDOBA M. del P. (2014). Categorías conceptuales para el estudio de la responsabilidad social organizacional. Colombia. Recuperado el 14 de febrero de 2015, www.scie-lo.org.co/pdf/hall/v11n22/v11n22a08.pdf
- CHIRINOS, M. E., FERNÁNDEZ, L. y SÁNCHEZ, G. (2013). Responsabilidad Empresarial o Empresas Socialmente Responsables. Razón y Palabra. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. Recuperado el 14 de noviembre de 2014, www.razonypalabra.org.mx/N/N81/M81/02_ChirinosFernandezSanchez_M81.pdf
- DE LA CRUZ ROCK J. L., ARGÜELLO ZEPEDA F. J. y TELLO ITURBE A. (2009). Sociedad, conflicto y ambiente. Universidad Autónoma del Estado de México - Universidad Autónoma de Tamaulipas - Universidad Autónoma de Nuevo León. México.
- GARY L. KREPS (1996). "La Comunicación en las Organizaciones" Editorial Addison – Wesley Iberoamericana. Segunda edición. Estados Unidos.
- HERRERA MADUEÑO J., LARRÁN J. M., LECHUGA SANCHOA M. P., MARTÍNEZ MARTÍNEZ D. (2014) – Responsabilidad social en las pymes: análisis exploratorio de factores explicativos. Recuperado el 15 de agosto de 2015, http://ac.els-cdn.com/S1138489114000466/1-s2.0-S1138489114000466-main.pdf?tid=cec26264-21d5-11e6-821a-000aacb362&acdnat=1464111466_2ddc1d6ae9f4ee906fde8cfb4d0f7fb0
- HERRERA MADUEÑO J., LARRÁN J. M., MARTÍNEZ MARTÍNEZ D. (2012). Relación entre responsabilidad social y performance en las pequeñas y medianas empresas: Revisión bibliográfica. Recuperado el 15 de agosto de 2015, www.redalyc.org/pdf/2743/274326464006.pdf
- IBARRA, P. y KOLDO UNCETA (2001) (eds.) Ensayos sobre el desarrollo humano. Icaria, Barcelona.
- INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. (2012). "PLARSE: La Experiencia de un Program por la RSE en América Latina". Open Box Agência de Ideias. São Paulo, Brasil.
- Ordenanza N° 6.678 del Concejo deliberante de la ciudad de Villa María. 15 de agosto de 2013. Recuperada el 14 de noviembre de 2014, www.villamaria.gov.ar/informacion/boletin_oficial.php
- RAUFFLET E., LOZANNO AGUILAR J. F., BARRERA DUQUE E. y GARCÍA DE LA TORRE C. (2012).

- Responsabilidad Social Empresarial. Primera edición. Pearson. México.
- RESOLUCIÓN GENERAL 3424 AFIP. Registro de Contribuyentes Socialmente Responsables (RegistraRSE). Su creación. Bs. As., 28/12/2012. Recuperada el 14 de noviembre de 2014, http://biblioteca.afip.gov.ar/dcp/REAG01003424_2012_12_28
- RESOLUCIÓN GENERAL 3642 AFIP. Registro de Contribuyentes Socialmente Responsables (RegistraRSE). Norma modificatoria y complementaria. Bs. As., 23/07/2014. Recuperada el 14 de noviembre de 2014, http://biblioteca.afip.gov.ar/dcp/REAG01003642_2014_07_10
- ROBBINS S., COULTER M. (2008). Administración. Octava edición. España.
- VALLAEYS, F., DE LA CRUZ, C. y SASIA, P. M. (2009). Responsabilidad social universitaria Manual de primeros pasos. Mc- GRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES S.A. – Banco Interamericano de Desarrollo.