

Realidad de la responsabilidad social de las organizaciones (RSO) en Villa María

Año
2015

Autor
Conci, María Cecilia

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Conci, M.C., Peccoud, C., Balarino, E., Beltramino, H., Bleger, A. A., Priarollo, M.I., Provera, N. y Tamagno, M. V. (2015). *Realidad de la responsabilidad social de las organizaciones (RSO) en Villa María*. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



IV CONGRESO DE ADMINISTRACIÓN DEL CENTRO DE LA REPÚBLICA

“INSPIRACIÓN E IDENTIDAD PARA LA INTEGRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES”

VILLA MARIA - 12 Y 13 DE NOVIEMBRE DE 2015

REALIDAD DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES (RSO) EN VILLA MARÍA

CONCI, MARÍA CECILIA. AUTORA Y EXPOSITORA

PECCOUD, CLEDIS SUSANA. AUTORA

BALARINO, ENRIQUE. AUTOR

BELTRAMINO, HERNÁN. AUTOR

BLEGER, ADRIANA ANDREA. AUTORA

PRIAROLLO, MARÍA ILEANA. AUTORA

PROVERA, NOELIA. AUTORA

TAMAGNO, MARÍA VIRGINIA. AUTORA

REALIDAD DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES (RSO) EN VILLA MARÍA

Palabras claves: Responsabilidad Social – Organizaciones - Grupos de Interés - Desarrollo Sustentable

INTRODUCCIÓN

Una gestión socialmente responsable implica ampliar la mirada hacia los impactos que genera la organización, prever acciones tendientes a disminuir la incidencia de las consecuencias que pudiesen sucederse, planificar y contribuir a un desarrollo social, ambiental y humano. Claramente, lo anterior supone ir más allá de la mera obligación y de la ejecución de iniciativas filantrópicas.

La presente investigación tiene como objetivo la evaluación de la conducta de las organizaciones de Villa María en materia de Responsabilidad Social. Para alcanzar lo planteado se elaboró una encuesta a realizarse a determinadas organizaciones, objeto de estudio: asociaciones, fundaciones, empresas, entre otras.

En este marco, en base a la revisión de bibliografía y casos empíricos en la materia se identificaron variables que condicionan la conducta que adoptan quienes dirigen las organizaciones.

Además, se incluyeron interrogantes que permiten recabar información respecto a actividades vinculadas al accionar responsable.

El resultado esperado del relevamiento es determinar en qué medida las organizaciones conocen apropiadamente el término de responsabilidad social utilizado en este proyecto y demuestran interés sobre dicho tema.

Por último, en función de diferentes autores e instrumentos que permiten calificar las prácticas de responsabilidad social y del resultado del relevamiento, se procederá a

diseñar un instrumento acorde a las características de las organizaciones de Villa María para facilitar la autocalificación en el desafío que supone ser socialmente responsable.

MARCO TEÓRICO

RESPONSABILIDAD SOCIAL: ¿A QUÉ NOS REFERIMOS?

Profundizar en la definición de responsabilidad social supone pensar el término tanto desglosado en las dos palabras que lo componen así como en la conjunción de ambas significaciones.

La situación anterior amerita considerar como referencia conceptualizaciones de íconos en la temática, como lo constituyen la Norma ISO 26000 (2010), Vallaeys, De la Cruz y Sasia (2009), el Foro de Expertos en RSE del Ministerio de Trabajo español, Forética, entre otros.

Por otra parte, resulta interesante reflexionar acerca del contexto en el que la RS se cimentó como nuevo paradigma y a partir del cual evoluciona y se actualiza.

Conforman estos antecedentes el nacimiento de la ONU y la posterior Declaración de los Derechos Humanos, como una base sólida para que se generara una mayor conciencia social. Así como el eco que se manifestó en 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.

En el mismo sentido, se han materializado diferentes iniciativas a nivel mundial como lo son la Iniciativa de Reporte Global (GRI), el Pacto Global- Pacto Mundial, la Norma ISO 26000, el Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial (PLARSE).

En el plano nacional, la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) ha creado el “Registro de Contribuyentes Socialmente Responsable (RegistraRSE)” mediante Resolución General N°3424.

Por último, a nivel local en la ciudad de Villa María el Concejo Deliberante se pronunció por primera vez en materia de Responsabilidad Social en el año 2013, implementando el “Programa de “Responsabilidad Social”. Resultado fruto del trabajo conjunto con el Centro de Responsabilidad Social para el Desarrollo Sustentable de la Universidad.

Como resultado del análisis de los anteriores es posible observar 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.

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 actuares y la consecuente respuesta ante ellos. Los actos socialmente no son acumulativos. La Responsabilidad Social es un compromiso de todos, 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 actuaciones y el modo en que responderá por los mismos.

ACERCANDO LA RESPONSABILIDAD SOCIAL A LAS ORGANIZACIONES

La responsabilidad social como nuevo paradigma organizacional a pensar supone que, además del esfuerzo e interés dedicado al trabajo para alcanzar la razón de ser de la organización, la dirección debe incorporar retos sociales y ambientales a la gestión.

Es decir, el objetivo que cada organización se proponga es el que nos permite clasificarlas en empresariales, sociales, deportivas, sindicales, de ayuda mutua, entre cientos de tipologías legales conocidas por cada uno de nosotros.

Sin embargo, el ubicarse dentro de una determinada tipología no las exime de la obligación de comportarse como “buen ciudadano” en la sociedad, en otras palabras: asumir las responsabilidades que le corresponden y responder tanto por las actuaciones como por las omisiones.

En este sentido, Castrillón y Rodríguez Córdoba reflexionan al respecto, “basta recordar la presencia de grupos de interés en Mipymes, organizaciones sin ánimo de lucro y estatales, más allá de las grandes corporaciones, para evidenciar que la responsabilidad social atañe a cualquiera que sea organización. Concomitantemente, tal apariencia hace inseguro el hecho de que la RSC sea de ineludible asunción en toda organización para todo momento. Desde esta perspectiva, los autores conciben que la sociedad esté articulada por una red de organizaciones, por lo que proponen reemplazar el concepto de Responsabilidad Social Corporativa por Responsabilidad Social Organizacional.

Si bien es cierto que el paradigma de la responsabilidad social 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)

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.

ADOPTANDO LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS ORGANIZACIONES

Como todo cambio cultural no se sucede con un clic automáticamente. Por el contrario, es consecuencia del convencimiento del “para qué” nos involucramos en la responsabilidad social. Además lleva tiempo, ya que no sólo debe convencer a quien gestiona la organización sino también imbuir en este nuevo paradigma a todas las personas que la componen. En otras palabras, se dedicarán horas, días, meses, personas, recursos económicos, ideas, razones, experiencias; las organizaciones no comienzan actuar socialmente responsables por que sí y, menos aún, de un instante a otro.

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”.

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, dentro de este apartado, se presentarán las “etapas” o “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 las que podría atravesar una empresa, en una supuesta curva evolutiva: la autista, la filantrópica y la de la responsabilidad social”. Profundizando en cada una, y complementándola con aportes de otros autores, se expone:

1) La primera etapa se corresponde con la que sólo se preocupa por sus ganancias, la rentabilidad, los factores económicos, y deja de lado a la sociedad que la rodea y la condiciona, no le presta la debida atención a los grupos de interés con los que se relaciona, que son afectados y afectan a la empresa. En este primer estadio, la empresa es una mera unidad de producción, cuya única preocupación reside en responder solamente respecto de las utilidades.

2) En el segundo momento, existe una toma de conciencia mayor, un registro por parte de los directivos respecto del ámbito en el que la empresa se mueve, de las necesidades de la comunidad en la que actúa. Se caracteriza por mostrarse más sensible en relación con esas carencias, y por aportar a su solución mediante donaciones de dinero o bienes, o dedicando algún tiempo y energía de su personal para trabajar en lo que el contexto requiere. Despliega así, una actitud filantrópica, en el sentido de dar sin pedir a cambio, pero sin un involucramiento total.

Deberemos decir que, todavía, su compromiso hacia adentro y hacia fuera es incompleto. No obstante, existe un positivo impacto en la sociedad.

Las acciones filantrópicas “son las que otorgarán únicamente posicionamiento de imagen a la organización, más no necesariamente reputación. Realizar acciones aisladas solamente porque las mismas están de moda para movilizar a los empleados para sembrar árboles, o porque otorgan una presencia mediática (...) solamente generará una buena imagen de la empresa (...) (Chirinos, Fernández y Sánchez). .

3) En la tercera etapa, arriba el momento de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). La responsabilidad, como un estado compartido por toda las personas que componen la organización, “y como tal debe impregnar a toda la organización, todos sus procesos: administrativos, de producción, humanos, a través de “...una gestión consciente y, en consecuencia, responsable de los impactos que produce en la sociedad en la que actúa y a la que sirve” (Chirinos, Fernández y Sánchez).

Supone ir más allá de la “licencia para operar”, para alcanzar la “licencia para prosperar”. “Entendiendo como prosperidad al mayor estado de bienestar que puede

generar una empresa, a partir de los procesos de gestión que le caracterizan; decisiones gerenciales que comunican la verdadera responsabilidad del liderazgo empresarial. Acciones que reflejan el día a día en materia laboral, en la selección de proveedores, en la transparencia financiera frente a los accionistas, en la relación honesta con el consumidor de productos, en fin, en la comunicación responsable de sus intereses, enmarcados en claros valores, que se hacen tangibles en el comportamiento ético y moral de aquellos que integran la empresa (Chirinos, Fernández y Sánchez).

Guédez (2006, p. 142) asegura que la “responsabilidad social de las empresas debe estar ligada a la misión, visión y valores de las organizaciones y, en consecuencia, se revela como esencia y estrategia sustantiva (Chirinos, Fernández y Sánchez).

La responsabilidad social también debe estar alineada al objeto social de la empresa, con una estructuración de acciones de corto, mediano y largo plazo (Chirinos, Fernández y Sánchez). En otras palabras, incorporar a la RSE en la gestión supone un ciclo de aprendizaje y crecimiento.

Tradicionalmente, las organizaciones han limitado su accionar a la razón de ser del mismo; en general marcado por el crecimiento y desarrollo en términos económicos, en el cual responder a factores sociales o ambientales de posibles terceros que se relacionen con la organización significa un gasto, una pérdida en el balance económico.

En un segundo momento, el foco de atención de la gestión atiende de manera intermitente requerimientos sociales o ambientales, sin un sustento sólido que impulsen al compromiso de trabajar en la materia. Se realizan determinadas acciones de manera ocasional, persiguiendo un beneficio y premeditado en función de las posibles consecuencias del mismo.

Por último, se sucede un cambio en la lógica de gestionar la organización: se comprende el significado de la RS y atraviesa transversalmente todo el accionar de la organización. De esta forma, de manera proactiva y sistemática se abordan, además de las cuestiones económicas, los aspectos sociales y ambientales.

METODOLOGÍA

Desde un enfoque integral, los acontecimientos en el plano internacional experimentados en los últimos tiempos han provocado que la sociedad ya no perciba a las organizaciones solo desde una perspectiva financiera. Los cambios acaecidos en el entorno, la mayor globalización de los mercados, el bienestar social, la protección y promoción del medioambiente, y la necesidad de incorporar prácticas de buen gobierno y de realizar inversiones socialmente responsables, llevan a las organizaciones a reorientar sus sistemas de gestión, mostrando mayor preocupación por la implementación de prácticas socialmente responsables (Kanji y Chopra).

En un intento de ampliar el estudio e información sobre el nivel de desarrollo y desempeño de las organizaciones en lo que respecta al paradigma de la responsabilidad social se desarrolla el presente trabajo de investigación.

El estudio cuantitativo de este proyecto requirió entre otras cosas la determinación de la población de estudio, lo cual implicó listar las organizaciones de Villa María considerando, la definición asignada por el equipo de trabajo al término *organizaciones* y, la condición de amplia de la población en estudio. Cabe destacar que dicho listado estratifica a las organizaciones en rubros generales a los fines de obtener resultados más específicos en el análisis y procesamiento de datos.

En total el número de organizaciones sometidas al proceso de recopilación de datos ascendió a 6449, de las que se pretenden realizar 300 encuestas telefónicas correctamente contestadas y validadas para su posterior tratamiento y análisis. Este proceso de recogida de información es llevado a cabo actualmente por un equipo de encuestadores profesionales bajo la coordinación del Observatorio Integral de la Región de la Universidad Nacional de Villa María.

La selección de las organizaciones se realizó en dos modalidades: intencional y aleatoria. Correspondiéndose con la población en estudio, la muestra del proyecto contempla trescientas (300) organizaciones de las cuales, ciento ochenta (180) fueron seleccionada mediante el método intencional en función a su representación social y comercial en su respectivo rubro general. El resto de las organizaciones contempladas

en la muestra, que no se seleccionaron mediante la modalidad anterior fueron sometidas a la selección mediante una frecuencia elegida al azar y partir de una tabla de números aleatorios.

Atañéndose con el objetivo específico de la investigación de indagar respecto al nivel de desarrollo y desempeño de la conducta socialmente responsable por parte de las organizaciones, se pretende estudiar sobre la relación que guardan las actividades desarrolladas por las mismas y a su vez fundamentan su accionar responsable, con diversos factores organizativos como el tamaño y el sector de actividad de la organización, la condición de empresa familiar en caso de empresa, y las características de edad, género y máximo nivel de educación alcanzado de las personas que dirigen las organizaciones. Estos factores se identifican como las variables de investigación del presente proyecto.

DISEÑO Y VALIDEZ DE LA HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

La información para el estudio y análisis del proyecto será recabada a través de encuestas telefónicas dirigidas a gerentes o mandos intermedios o directivos responsables de la conducción general de las organizaciones. La encuesta inicial surge a partir del análisis de contenido validado por el equipo de investigación. Una vez diseñado el mismo, y con el propósito de garantizar su calidad formal y de contenido, un grupo de quince (15) personas, representantes de quince (15) organizaciones de diferentes tamaños y sectores se encargó de revisarlo y validarlos mediante su contestación. Cabe destacar, que esta validación del instrumento de recolección de datos se llevó a cabo mediante entrevistas semiestructuradas para favorecer la interacción con el entrevistado y la incorporación al cuestionario de posibles contenidos adicionales.

Tras un proceso de depuración de la encuesta inicial se llegó a un cuestionario final estructurado las dos secciones:

Sección 1: *Datos generales de la organización:* Este apartado incluye información general sobre la persona entrevistada y la empresa que por su

intermedio representa, tales como tamaño y el sector de actividad de la organización, la condición de empresa familiar en caso de empresa, y las características de edad, género y máximo nivel de educación alcanzado de las personas que dirigen las organizaciones. Esta sección incluye además un subapartado que contiene dos cuestiones en la que se solicita información acerca del conocimiento que los entrevistados poseen sobre el término de responsabilidad social y si, las correspondientes organizaciones realizan o no prácticas o actividades que fundamentan al accionar responsable.

Sección 2:*Prácticas de Responsabilidad Social:* esta sección solo se llevara a cabo en la medida en que el entrevistado haya contentado, que efectivamente la organización que por su intermedio representa desarrolle acciones o actividades de responsabilidad social. De este modo esta contempla diferentes cuestiones respecto al desarrollo de prácticas de responsabilidad social, tales como el motivos que moviliza a su realización, a quienes (grupo de interés) van dirigidas, en que temática se realizan frecuentemente, si se realizan en forma individual o colectiva con otras organizaciones y como percibe el entrevistado el impacto de dichas acciones o prácticas.

Esta herramienta de recolección de datos nos permitirá examinar y determinar si las organizaciones poseen o no una actitud positiva hacia la internalización de la responsabilidad social, si se involucran o no con el desarrollo de actividades socialmente responsables y si las variables estudiadas influyen o no en esto.

En función de diferentes autores e instrumentos que permiten calificar las prácticas de responsabilidad social y del resultado del relevamiento de la herramienta de recolección de datos anteriormente expuesta, se procederá a diseñar un instrumento acorde a las características de las organizaciones de Villa María.

Por su parte la recolección y el análisis de los datos, la interpretación y sistematización de los resultados, las conclusiones y la comunicación de los resultados obtenidos se efectivizará en los próximos dos meses.

A MODO DE CIERRE

El mundo ha manifestado a gritos la necesidad de comenzar a atender y preocuparse por la gran casa que nos acoge y la sociedad en la que nos desenvolvemos .Pero también encontró personas y organizaciones que supieron escuchar el llamado, comenzaron a trabajar y contribuyeron a cimentar el nuevo paradigma de la responsabilidad social.

Por otra parte, la sociedad en general se sumó al desafío y comenzó a exigir a las organizaciones, cualquiera fuera su razón de ser, que se involucren y respondan por sus actos y omisiones.

En este camino de ser socialmente responsables, las organizaciones atraviesan diferentes estadios que se inicia con la sensibilidad e interés en la temática, continua con la filantropía hasta dar el salto a la responsabilidad social de preocuparse por atender los impactos que sus acciones puede generar en terceros aún desconocidos.

BIBLIOGRAFÍA

Castrillón Carlos Tello, Rodríguez Córdoba María del Pilar. Categorías conceptuales para el estudio de la responsabilidad social organizacional. Colombia, 2014.

Chirinos, María Eugenia. Fernández, Lizyllen. Sánchez, Guadalupe. RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL O EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES. RAZÓN Y PALABRA. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. Donde se cita a Pizzolante, (2009 b:6-7).

Cammarota, Estela y Berenblum, Daniel. Responsabilidad Social Empresarial y Gerencia Social: Partícipes necesarios para el Desarrollo Humano.

Kanji, G. K. y Chopra, P.K. (2010). Corporate social responsibility in a global economy. Total quality management & business excellence, 20(2), 119-143.