



**UNCUYO**  
UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE CUYO

**FCE**  
FACULTAD DE  
CIENCIAS ECONÓMICAS

**CARRERA: CONTADOR PÚBLICO NACIONAL Y PERITO PARTIDOR**

# **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA: ¿COSTO O VALOR AGREGADO?**

**Trabajo de investigación**

**Por:**

**María Julia Gattás  
Alfredo Ostropolsky  
Federico Igarzabal**

**Profesor Tutor:**

**Elvira Esther Chávez**

**M e n d o z a - 2 0 1 5**

## ÍNDICE

Introducción.....	3
CAPÍTULO I - RSE EN EL MUNDO, ARGENTINA Y MENDOZA.....	5
1. Responsabilidad social corporativa, Que es?.....	5
2. Antecedentes de RSE .....	7
A. A nivel mundial.....	7
B. En Latinoamérica.....	10
C. En Argentina.....	12
D. En Mendoza.....	16
a) Balance Social .....	17
b) Análisis de la Ley de Mendoza.....	24
3. Ventajas de aplicar RSE .....	26
CAPÍTULO II – COMO NACE EL VALOR AGREGADO EN LAS EMPRESAS.....	27
1. Filosofía Empresarial.....	28
2. Visión.....	28
3. Misión.....	29
4. Valores.....	30
5. Estrategias y objetivos.....	31
6. FODA.....	32
CAPÍTULO III - RSE ¿NOS IMPLICA UN COSTO O VALOR AGREGADO?.....	36
1. Análisis de Mercado.....	36
A. Encuesta a empresas.....	36
B. Encuesta a consumidores.....	41
2. Entrevista.....	44
A. Farmacias del Centro.....	44
3. Propuesta de acciones a empresa socialmente dormida .....	51
Conclusiones.....	53
Glosario.....	55
Bibliografía Consultada.....	56
Páginas Web Consultadas.....	57
Declaración Jurada.....	59

## INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia, se ha valorado a las empresas como unidades destinadas a satisfacer necesidades sociales. Desde una perspectiva interna, las empresas son fuentes generadoras de trabajo para los miembros de la comunidad. Desde una perspectiva externa, se considera que las empresas contribuyen con la sociedad mediante la producción de bienes y servicios, que son necesarios para el desenvolvimiento normal de los ciudadanos. En ambas situaciones, se destaca que la función de las mismas es mayormente económica.

Con el paso de los años, dicha función de las empresas se ha visto modificada. A partir de la década de los '90 se genera la necesidad de replantear el rol de las empresas en el mercado, debido a que las mismas al poseer poder, comenzaron a realizar prácticas irresponsables desde la perspectiva ética o social, como quiebras fraudulentas, excesiva contaminación ambiental, despilfarro de recursos, entre otras.

Para limitar dicha situación, surge en esa misma década un gran número de organizaciones no gubernamentales, que buscan resguardar la transparencia en los negocios y en el comportamiento de las empresas, y a su vez que las mismas lleven a cabo prácticas que demuestren una actitud responsable.

Es a partir de entonces que el rol de las empresas se ve modificado. Dejan de considerarse como entes económicos, cuya finalidad es generar ganancias, para buscar transformarlas en entes que buscan cumplir sus objetivos individuales y contribuyan con algo más: el entorno en el que se desenvuelven.

La responsabilidad social empresarial (RSE) es un concepto de gestión según el cual las empresas integran cuestiones sociales y medioambientales en sus actividades de negocio y así obtener un desarrollo económico sustentable.

La RSE ha tomado mayor relevancia con el correr de los tiempos tanto a nivel empresarial, cultural, político, social y medioambiental. A comienzos del siglo XX se realizaban acciones de filantropía, por ejemplo entrega de materiales a colegios de la comunidad, y ahora estas acciones se fueron incorporando a la gestión empresarial, sobre todo en la época de los '90 en el marco del

desarrollo sustentable. La bibliografía sobre este asunto ha ido en constante crecimiento así como su implementación en el ambiente corporativo.

Nosotros, como futuros egresados en Ciencias Económicas, tenemos por objeto comprobar si las erogaciones efectuadas por aplicación de políticas socialmente responsables generan o no beneficios económicos. El principal problema que se plantea es determinar si las empresas del medio conocen estos conceptos, los beneficios de su aplicación tanto para ellos como para la comunidad y el medio ambiente.

Para responder estos interrogantes, nos hemos planteado como hipótesis que la existencia de políticas de Responsabilidad Social Empresaria generan un beneficio sostenible en el tiempo reflejado en: reducción de costos, mejora de la imagen de marca y reputación, creación de valor financiero, calidad del ambiente laboral y desarrollo de la comunidad.

El propósito de este trabajo es poder determinar si la aplicación de las mencionadas prácticas genera una plusvalía en empresas, útil para la toma de decisiones tanto de profesionales como empresarios del medio local.

Los principales objetivos son: analizar la implementación por parte de distintos entes de dicha RSE; como perciben los mismos su importancia; en qué posición se encuentra la misma en su escala de valores; cuántos recursos económicos, humanos y materiales destinan a contribuir con la misma; y cómo la valoran, ya sea, como un costo que hay que afrontar o como un generador de valor a nivel propio del ente como así también de la comunidad donde se desenvuelve el mismo.

Nuestro trabajo de investigación se efectuó desde un punto de vista descriptivo. En el primer capítulo recurrimos al análisis de antecedentes históricos y documental. En el segundo capítulo haremos hincapié en el análisis bibliográfico sobre el tema para luego poder culminar con la tarea de investigación propiamente dicha, tal como encuestas a consumidores, observaciones directas de productos sustentables y recolección de datos a través de entrevistas a empresas que aplican acciones socialmente responsables, y así poder llegar a una conclusión sobre el objeto planteado.

# CAPÍTULO I

## RSE EN EL MUNDO, ARGENTINA Y MENDOZA

### 1. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: ¿QUÉ ES?

Hace unos años, la responsabilidad que la empresa tenía con la sociedad, se reducía al concepto de filantropía. Actualmente la misma se ha extendido de modo de abarcar los aspectos sociales, ambientales y económicos, incluyendo así el respeto hacia los valores éticos, las personas, el medio ambiente y la comunidad.

Uno de los principales problemas a resolver es la definición de un concepto tan amplio como el de desarrollo sostenible o responsabilidad social corporativa, que aborda distintas variables terminológicas. Al hablar de responsabilidad social corporativa, podemos abarcar tanto al sector privado como público. Sin embargo, la misma puede llegar a limitarse al ámbito empresarial: responsabilidad social empresaria.

A continuación se presentan algunas definiciones sobre responsabilidad social aplicada al sector privado:

- 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 responsabilidad social empresarial es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente”*.

- Business for Social Responsibility (BSR), Estados Unidos: *“La responsabilidad social empresarial 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”*.

- Instituto XXX de Empresa y Responsabilidad Social, Brasil: *“RSE es la forma de gestión definida por la relación ética y transparente de la empresa con todos sus públicos con los cuales se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales”*.

- Fundación TTT, Chile: *“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”*.

Del análisis de los precitados conceptos, podemos observar algunos aspectos comunes:

- La RSE, no se trata como algo ajeno a la empresa, sino que por el contrario se considera algo muy interno de la misma, que forma parte de la estrategia, de la gestión y del desenvolvimiento de la organización.
- Las empresas tienen una participación activa en la sociedad, en miras a mejorar la calidad de vida de los miembros de la misma y a preservar el medio ambiente
- Comunicación con un público determinado. Este público es aquel que tiene algún interés específico con relación a la empresa. Por ello, es importante mantener comunicación, de modo tal que el ente pueda conocer que es lo que se espera de él.

Por lo tanto, podemos ver que la aplicación de RSE, no es sólo un esfuerzo que realiza la empresa, sino que más bien es un intercambio que se produce entre la empresa y la sociedad donde se generan beneficios para la sociedad y el medio ambiente, y consecuentemente para la misma empresa.

El éxito que tenga la empresa, no se mide sólo desde el punto de vista económico, sino también desde el punto de vista social y ambiental. Abarcando estos aspectos lo que conocemos como: La Triple Cuenta de Resultados (Triple Bottom Line).

## 2. ANTECEDENTES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

### A. ANTECEDENTES A NIVEL MUNDIAL

Si bien no existe una fecha exacta que define el inicio de la responsabilidad social, podemos ver sus primeras formas de aparición en el siglo XIX, cuando algunos empresarios industriales en Europa y Estados Unidos comenzaron a preocuparse por la calidad de vida de sus empleados. Con la Revolución Industrial surgen grandes empresarios industriales que, motivados por principios religiosos y filosóficos comenzaron a preocuparse por el bienestar público, realizando importantes donaciones a la sociedad. Esto es lo que conocemos como “Filantropía Empresarial”, iniciadora de la actual RSE.

En el año 1945, finalizada la Segunda Guerra Mundial, se reunieron representantes de cincuenta naciones con el objetivo de crear un organismo internacional para promover la paz y evitar contiendas futuras: la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Unos años más tarde, en 1948, la Comisión de Derechos Humanos de la ONU, redacta la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la cual ha servido de base para redacción de leyes y tratados de diferentes lugares del mundo. Cabe destacar la importancia de ambas situaciones, ya que las mismas sirvieron como una base consistente que permitieron crear una gran conciencia social.

Es correcto suponer que éstas no fueron las únicas bases. Podemos mencionar el Pacto Global, organizaciones como GRI (Global Reporting Initiative), Instituto Ethos, y las normas ISO, algunos de los cuales procederemos a explicar resumidamente a continuación.

#### - **Pacto Global de las Naciones Unidas:**

*El Pacto Mundial es una iniciativa voluntaria, en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción. Por su número de participantes, 12.000 en más de 145 países, el Pacto Mundial es la iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo. El Pacto es un marco de acción encaminado a la construcción de la legitimación social de las corporaciones y los mercados. Aquellas empresas que se adhieren al Pacto Mundial comparten la convicción de que las prácticas empresariales basadas en principios universales contribuyen a la construcción de un mercado global más estable, equitativo e incluyente que fomentan sociedades más prósperas.*

*Promueve prácticas empresariales que contribuyen con la construcción de un mercado global más estable, equitativo e incluyente. Busca llegar a un acuerdo entre los intereses empresariales y de la sociedad.*

**Principios:**

i. *Derechos Humanos:*

*Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.*

*Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos*

ii. *Estándares Laborales:*

*Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.*

*Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción*

*Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.*

*Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.*

iii. *Medio Ambiente:*

*Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.*

*Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.*

*Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente*

iv. *Anticorrupción:*

*Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.*

- **Global Reporting Initiative (GRI):**

Institución independiente sin fin de lucro creada en 1997 por CERES y por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente – PNUMA. Establece las pautas para que las empresas realicen informes o memorias de sostenibilidad, con el objetivo de poder evaluar su desempeño, en las tres áreas incluidas en RSE: Económico, Ambiental y Social.

- **Normas ISO (Organización Internacional de Estandarización):**

**ISO 26000:** “La Norma ISO 26000 es una guía no certificable de la Organización Internacional para la Estandarización que provee orientación para la adopción de buenas prácticas en materia de Responsabilidad Social (RS)”. Nació como una solicitud del grupo interno de “Consumidores” de la ISO. La aprobación de esta norma y su publicación en noviembre de 2010 fue el resultado del consenso internacional logrado por el voto de los representantes de los principales grupos de interés en materia de Responsabilidad Social, cuyo Borrador Final de Norma Internacional (FDIS) fue aprobado por 66 de los 71 países miembro.

La ISO ofrece una orientación para que la empresa logre un desarrollo sostenible, transparencia ante sus stakeholders, buen ambiente organizacional, equidad social y contribución al mantenimiento del medio ambiente. Es decir, guía a la empresa para que cumpla con RSE, operando de un modo socialmente responsable. Esto debido a las presiones existentes por parte de clientes, gobierno y otros terceros. La empresa debe realizar prácticas sanas de trabajo, actuando con transparencia y claridad, y evitando errores que pongan en riesgo su estabilidad, como por ejemplo, llevar una contabilidad fraudulenta o incompleta.

Para que la organización sea socialmente responsable, es indispensable que considere los siete principios de responsabilidad social según la ISO 26.000

1. **Rendición de cuentas:** *la organización debe rendir cuentas y responsabilizarse por los impactos que genere en los tres factores que abarca la responsabilidad social: económico, ambiental y social. Cuando la misma produzca algún daño o perjuicio, el mismo debe ser reparado.*
2. **Transparencia:** *Se refiere a que la organización esté abierta para mostrar el impacto que genera mediante sus actividades sobre la sociedad y medio ambiente. Para ello, la misma debe mantener su información disponible para los terceros interesados, procurando que la misma se encuentre en un lenguaje que los mismos puedan comprender.*

3. **Comportamiento ético:** *La organización debe actuar con honestidad e integridad, tanto para las actividades que se lleven dentro de la misma como aquellas que tengan repercusión en su entorno.*
4. **Respeto por los intereses de las partes interesadas (stakeholders):** *Relacionado con el principio anterior, la organización debe tener en cuenta los intereses de quienes se vinculan con la misma, o tienen un interés relacionado con la organización.*
5. **Respeto por el principio de legalidad:** *Este principio está relacionado con la supremacía del derecho. Se refiere a que la organización no actúe por encima de la ley, o infringiendo la misma.*
6. **Respeto a la normativa internacional de comportamiento:** *La ISO propone a la organización respetar las normas internacionales de conservación de medio ambiente y respeto de la sociedad, aún en casos en que la normativa nacional o jurisdiccional no lo prevea.*
7. **Respeto a los derechos humanos:** *una organización debería respetar los derechos humanos, su importancia y universalidad, considerando que los mismos le pertenecen a toda persona, de cualquier nacionalidad, raza o religión.*

Según ISO “hoy existen más de medio millón de empresas certificadas. Aunque no son obligatorias, los clientes las exigen y se convierten en un requisito para hacer negocios.”

## B. ANTECEDENTES EN LATINOAMÉRICA

El concepto de RSE en América Latina es relativamente nuevo, y difiere su implementación en los distintos países o sectores, debido a las diferencias económicas, sociales y culturales que existen entre los mismos. No es igual la cultura argentina, que la cultura chilena o mexicana, por lo tanto los valores no siempre son coincidentes y como resultado de ello, el enfoque que se tome frente a RSE va a diferir de un país a otro.

Para llegar al concepto de Responsabilidad Social, existió previamente el concepto de Filantropía Empresarial o Corporativa. En esta etapa de la historia, la de filantropía, la característica más sobresaliente es que las actividades filantrópicas no están vinculadas a la actividad principal de la empresa, se logran con una pequeña inversión, y no se produce un beneficio muy generalizado, sino que más bien sectorizado, por ejemplo, beneficio a los clientes. Lo antedicho, constituye una gran diferencia con la evolución al concepto de RSE, donde la actividad responsable forma parte de las actividades de la empresa, y la empresa tiene en cuenta el impacto de su accionar en las distintas partes interesadas o influidas, como la sociedad y el medio ambiente. Al considerar dicho impacto, se

logra obtener una ventaja en relación a la competencia, la cual acarreará beneficios económicos futuros.

Sin embargo, considerando los problemas que acarrea toda sociedad, ya sea ambientales, trabajo infantil, trabajo en condiciones insalubres, condiciones de lugares de trabajo, se puede determinar que existe una gran deficiencia social en América Latina en estos puntos en mayor o menor medida, lo cual genera cierta dificultad para aplicar RSE o bien entorpece la evolución del concepto más que en otras partes del mundo. No obstante ello, algunos países han modificado su legislación para incluir en la misma temas como: conservación del medio ambiente, prácticas laborales, gobernabilidad corporativa. Entre estos países encontramos: Chile, Brasil, México y Argentina.

En el continente se ha considerado erróneamente la RSE como un gasto, más que como una inversión generadora de beneficios en el corto, mediano o largo plazo. Sin embargo, algunas instituciones han desarrollado instrumentos que sirven para demostrar que la RSE es más bien una inversión, no sólo del punto de vista económico sino también sustentable, al permitir que las empresas logren una diferenciación y mejor apreciación de las mismas por parte de clientes y proveedores, es el caso de los indicadores del Instituto Ethos de Brasil, éstos, *estructurados en forma de cuestionario, son un excelente instrumento de concienciación, aprendizaje y monitoreo de la responsabilidad social empresarial. Representan una escala evolutiva de parámetros de políticas y acciones que puede la compañía utilizar como referencia o inspiración para sus propias políticas y acciones. Los datos procesados a través de estos indicadores se convierten en puntuación y calificaciones y se presentan en el Informe de Diagnóstico, lo que le permite que cada compañía los compare, con el grupo de benchmarking y con el promedio del grupo de empresas que respondieron al cuestionario en el mismo período(...)* El sistema de los indicadores Ethos permite apuntar prioridades, establecer metas e iniciativas conjuntas, facilitar el acompañamiento de las acciones por medio de evaluaciones periódicas y posibilitar que la compañía y su cadena de valor evolucionen juntas hacia la sustentabilidad. (Instituto Ethos, 2011)

Podemos decir, que desde finales de los '90 han aparecido en América Latina numerosas organizaciones que buscan introducir el concepto de RSE. La *World Business Council for Sustainable Development* o la *Business for Social Responsibility* (BSR), centrada en Estados Unidos y una de las impulsoras de la creación de la organización paraguas en las Américas llamada Foro Empresa, formada por 19 organizaciones que representan a Argentina, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Estado Unidos, Uruguay y Venezuela. También existe el Instituto Ethos de Brasil que busca que el sector privado del país sea socialmente más responsable. Otro instituto es el Centro Mexicano para la Filantropía, el cual atravesó un proceso de evolución desde la filantropía hasta los conceptos de RSE. También están IARSE en Argentina, Acción RSE en Chile, Perú 2021 en Perú, CentraRSE en

Guatemala y Fundemas en El Salvador. Estos institutos cuentan con el apoyo del Banco Mundial, Organización de Estados Americanos y el Banco Interamericano de Desarrollo, cuya finalidad es promover las prácticas responsables de trabajo, realizando entre otras cosas investigaciones y brindando apoyo financiero.

También tienen repercusión, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, los Principios del Ecuador, y el Global Reporting Initiative. Existe una limitación en cuanto al uso de los mismos, que se debe a su carácter no obligatorio. Sin embargo, el Pacto Mundial es excesivamente considerado en la región, teniendo el mismo un impacto sorprendente.

Como análisis final, podemos concluir que la aplicación de RSE en distintos lugares de Latinoamérica ha ido creciendo y evolucionando de manera notable, que cada vez se genera más conciencia e interés por cumplir lo que la misma establece, para satisfacer los estándares o principios sociales, cada vez más asentados de contribuir a lograr un mundo mejor, con menos contaminación y mayor inclusión social.

### C. ANTECEDENTES EN ARGENTINA

No se puede determinar con precisión el origen de RSE en el país, debido a que muchos de los actos tendientes a cumplir con la misma, no tienen manifestaciones claras o bien definidas al momento de definir el comienzo de implementación de la misma. Muchos de estos actos, son aquellos que se generaron en el interior de las empresas. Podemos mencionar como ejemplo, buen trato a los empleados, trabajo en blanco y condiciones óptimas de higiene y seguridad, descanso apropiado, no participación de la empresa en sobornos, o abstenerse de realizar operaciones que impliquen contrabando, definir una escala de valores y mantenerla vigente y con convicción. No obstante, existe cierta información que permite determinar de cierto modo como se fue produciendo el funcionamiento de RSE en el país y su evolución histórica. Para ello nos remitimos al trabajo de Ana Teresa Muro, en el cual menciona un estudio realizado por Di Stefano, Roberto; Sabato, Hilda; Romero, Luis Alberto; Moreno, José Luis, que se titula “De las cofradías a las organizaciones de la sociedad civil: historia de la iniciativa asociativa en Argentina 1776-1990”, en el cual nos muestran esta evolución de la RSE :

- Época del Virreinato (1726-1859): en esta época se destaca la existencia de organizaciones filantrópicas, humanitarias y de beneficencia, como así también la contribución que realizó la Iglesia Católica, la institución más influyente de la época, al brindar su colaboración a los seres más carenciados, bajo el concepto de “Caridad”. Con la llegada de la independencia, en

el año 1816, los gobernantes comenzaron a preocuparse por ese sector carenciado y contribuían con el mismo, bajo el concepto de filantropía.

- Entre los años 1860 y 1919, con una Argentina iniciada en la Independencia, se crean las sociedades civiles. Organizaciones destacadas en este período fueron las asociaciones de ayuda mutua, organizaciones empresariales, y sociedades de beneficencia, destinadas a cumplir importantes funciones de contribución en el estado al cual pertenecían.
- Desde el año 1920 hasta 1982 hubo en el país un gran movimiento socio-económico, el estado comenzó a llevar un control más riguroso sobre las asociaciones, mientras que las empresas se unieron entre sí para poder tener un mayor control, en miras de satisfacer sus intereses propios. Con el avènement de la Revolución Industrial, las mismas empresas comenzaron a tener mayor preocupación por sus empleados, construyendo para los mismos barrios o viviendas. Nos acercamos así a la época del gobierno del país en manos de Juan Domingo Perón, época en la que existió una gran inestabilidad política, la cual se mantuvo durante el derrocamiento del mismo (1955) y hasta la instauración del Gobierno Militar en 1976. Durante el gobierno de Perón, se produjo la modificación de leyes laborales, estableciendo por ejemplo la “Indemnización por despido”, y se produjo un reforzamiento de la actividad sindical. Se deja de lado en este entonces el concepto de “Filantropía” para dar lugar al de “Justicia Social”. Con el país en manos de los militares comienza una época que da lugar al “Proceso de Reorganización Nacional”. Este período de inestabilidad política perduró hasta 1982, año en que se produce la derrota en la Guerra de las Islas Malvinas, y se produce un cambio de gobierno, se reinstaura la democracia bajo el mando del Presidente Alfonsín.
- Entre 1983 y 1990. Durante el gobierno de Alfonsín continuó el desequilibrio social e institucional que se habían generado durante ese período. En 1989 asume Carlos Menem, quien lleva a cabo la privatización de empresas, también se establecen en este período sindicatos, asociaciones de derechos humanos y de solidaridad, fundaciones orientadas a actividades de filantropía y promoción social, por ejemplo: Fundación Banco Francés, Fundación Arcor, Fundación Telefónica Argentina. Es así que desde esta época comienza a surgir el concepto de Responsabilidad Social Empresarial en los medios de comunicación, entre las empresas y en algunos congresos.

Sin embargo, a pesar de la existencia de este proceso de privatización, las personas mantienen un nivel superior de demanda al estado que al sector privado, ya que siguen considerando que el gobierno es el principal responsable de llevar a cabo las acciones o esfuerzos tendientes a cumplir con los objetivos sociales. Dentro de estas personas, existen algunas que consideran que las empresas sólo deberían orientarse a cumplir con los fines para los cuales se constituyeron, mientras que el estado es el que debe contribuir con la sociedad; otras consideran que las empresas deberían realizar un esfuerzo para contribuir a lograr una sociedad cada vez mejor; mientras que un tercer grupo, el más numeroso, considera que las

empresas deberían destinar su tiempo y actividad, tanto a cumplir con sus fines propios, como así también a contribuir con el entorno en el cual se desenvuelven.

En función a lo expuesto precedentemente, podemos remarcar, que no existe una única postura sobre el accionar de la empresa en la sociedad, por ello, podríamos decir que la misma no tiene una fuente de motivación extrínseca que la lleve a aplicar RSE, sin embargo, se pueden analizar algunas motivaciones intrínsecas que las mismas poseen. Para ello daremos a conocer los resultados de una encuesta realizada por Berger (1998), que muestra algunas motivaciones de las empresas para realizar “contribuciones” y las prioridades que las mismas le otorgan. “Dicha encuesta fue realizada a 150 empresas, que se incluyen dentro de las 500 con mayor facturación del país” (Instituto Gallup de Argentina, Universidad de San Andrés, 1998).

Cuadro N° 1

	GRADO DE IMPORTANCIA				
	Muy importante	Ni importante ni no importante	Poco importante	NS/NC	Motivaciones más importantes
Mejorar la calidad de vida de la sociedad	76%	16%	8%	0%	73%
Cumplir con RS hacia la sociedad	80%	10%	10%	0%	71%
Fortalecer su imagen	59%	17%	25%	0%	41%
Mejorar motivación del personal	46%	25%	28%	2%	29%
Utilizar instrumentos eficientes de Comunicación	46%	25%	28%	2%	23%
Compensar funciones que no cumple el estado	31%	30%	39%	1%	23%
Interés del tema por parte de directivos o superiores	53%	20%	27%	0%	10%

Fuente: “Gabriel Berger, Estudio de filantropía empresarial, Universidad de San Andrés”

De los datos obtenidos de la encuesta, podemos concluir que dentro de las motivaciones de las mismas por aplicar RSE, la mayoría de las empresas consideró como más importantes aquellas que

tenían su fin hacia las afueras de la sociedad, más que las que contribuían hacia el interior de la misma.

## **Organismos y otros elementos que contribuyeron con RSE en Argentina a lo largo de la historia**

### **Pacto Global**

El Pacto Global en Argentina fue lanzado el 23 de abril del 2004 e institucionalizado en el año 2005 a partir de la conformación de un cuerpo de gobierno. Actualmente, son más de 370 las Organizaciones que adhirieron a los Principios del Pacto Global en Argentina. (En el mundo cuenta con más de 8 mil organizaciones participantes de 130 países)

### **CEADS**

El Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS) fue fundado en 1992 y fue el primer capítulo nacional creado como Consejo Empresario para el Desarrollo Sostenible (BCSD's, por su sigla en inglés) por el WBCSD.

El CEADS brinda a las empresas una plataforma para explorar el desarrollo sostenible, compartir conocimientos, experiencias y mejores prácticas, así como también para consensuar posiciones empresarias en estas cuestiones en una variedad de foros, locales e internacionales, influyendo en el Gobierno, Sociedad Civil y organizaciones intergubernamentales.

### **Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria**

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”.

Es una organización pionera en materia de promoción de la RSE, con sede en la ciudad de Córdoba (Argentina). Ha tenido un rol destacado adaptando a la realidad local las publicaciones, metodologías e indicadores del Instituto ETHOS de Brasil que difunden por medio de capacitaciones a través de sus empresas miembro.

### **Fundación Compromiso**

Es una organización de la sociedad civil fundada en 1994 que trabaja para articular las capacidades de OSC, sector empresario y Estado en la producción de políticas públicas, para un

desarrollo sustentable con inclusión social. En Diciembre de 2007, Fundación Compromiso fue seleccionada por el European Institute of Social Capital de la Republica Alemana como Ente Certificador en la Argentina del Work and Life Balance, una certificación destinada a todo tipo de empresas que busca incentivar la mejora continua y la gestión responsable del Capital Humano, permitiendo obtener y retener talentos.

#### Moverse

Es una organización rosarina sin fines de lucro que reúne a empresarios, ejecutivos y empresas de cualquier tamaño y sector interesados en desarrollar sus negocios de formas cada vez más inclusivas, en el marco de la Responsabilidad Social Empresaria. Fue creada en el año 2007 y es uno de los nodos fundadores de la Red Nacional de RSE (RARSE). Realizan Foros Regionales y Nacionales de RSE, siendo éstos últimos organizados junto al RARSE. Impulsan también “Rosario Sustentable” con el objetivo proporcionar un espacio abierto, no partidario y autónomo para comprometer a la ciudadanía y el gobierno local en el debate para el desarrollo de una ciudad justa, democrática y sustentable

#### GDFE

El Grupo de Fundaciones fue creado en 1995. En sus orígenes nucleaba sólo a fundaciones donantes y corporativas con el objetivo de promover y profesionalizar las iniciativas de inversión social privada que buscan fines de bien público, e incentivar el ejercicio de la responsabilidad social. Años después impulsado por el fenómeno de la RSE comenzó a incorporar empresas y cambió su nombre a GDFE.

Entre sus investigaciones se destacan “Estudio sobre Inversión Social Privada en la Argentina”, y la “Guía para realizar donaciones. Aspectos impositivos y administrativos”.

### D. ANTECEDENTES EN MENDOZA

En nuestra provincia los primeros arribos de la tendencia filantrópica o por lo menos de los que se tenga registro, según “ComunicaRSE”, son un poco después del año 2000, si bien son recientes los antecedentes de prácticas de RSE, en la actualidad existe un gran número de empresas y de la más variada gama, que llevan acciones de la mencionada índole.

Actualmente la RSE, es un elemento indispensable al evaluar la imagen de una empresa, tanto puertas adentro como puertas afuera. El accionar diario de la organización es fundamental al momento

de determinar su imagen, ya que para el público externo es la forma de ver lo que la empresa hace o deja de hacer, por ejemplo, un buen actuar puede dar como resultado la fidelización de los clientes.

Mientras que hacia adentro de la organización se destaca el modo en que la empresa se comporta con sus miembros, por ejemplo, generar comodidad y buenas condiciones en el ambiente de trabajo.

Es por estas expectativas que se tienen de la organización que no es posible hoy en día eludir la responsabilidad social, ya que mediante ésta es el único modo de que la misma sea sustentable en el tiempo. Podemos decir, por lo tanto, que el concepto de RSE está estrechamente ligado al concepto de empresa moderna, y esta relación se refiere a un nuevo modo de hacer negocio, donde la empresa tiene que encontrar un equilibrio entre sus objetivos económicos y financieros y el impacto social o ambiental que generan las actividades que se desarrollan para alcanzar dichos objetivos.

Dado que nuestra provincia es, como ya se dijo, pionera en materia de legislación del tema que se aborda, se espera que con la nueva norma (Ley 8.488) , se fomente aún más el ejercicio de prácticas responsables, o por lo menos su difusión. Esto es debido al "Balance Social", herramienta que surge como resultado de una modernización en la contabilidad, la cual se conoce como "Contabilidad Social", que medirá los indicadores económicos, sociales y ambientales de las acciones que realicen para poder acceder a los beneficios que la Ley establece.

### **a) Balance Social**

Según definen SRP Communication & Brand Design y Vim Consultores, en su emprendimiento "balancesocial.com", el balance social es la herramienta que tiene la organización para comunicar a la sociedad en su conjunto su aporte en materia de recursos humanos y su relación con la comunidad que le permitió crecer y desarrollarse. Es una herramienta de administración y control que le da a la empresa la posibilidad de generar proyecciones, medir y evaluar su rendimiento. Al ser un resultado de una rama de la contabilidad, el mismo debe ser auditable. Su objetivo es que pueda medirse el beneficio social y su distribución, por parte de la comunidad y del gobierno.

Incluye el desarrollo de los recursos humanos, y de los vínculos que se generan con clientes, proveedores, inversores, la comunidad y el medio ambiente.

La New Economics Foundation brinda una buena definición del balance social: "*proceso por el cual una organización puede rendir cuentas de sus resultados sociales y tratar de mejorar estos*

*resultados. Mide el impacto social, y el comportamiento ético de una organización en relación con sus objetivos y los de los grupos involucrados con la organización.”*

¿Por qué es indispensable un balance social?

Analizamos la respuesta a este interrogante desde tres perspectivas que son:

- Gestión: es importante para los directivos conocer qué se piensa de la organización, como ya dijimos, desde adentro y desde afuera de la misma.
- Rendición de cuentas: da la posibilidad a la organización que dé a conocer sus resultados, y llevar una gestión transparente de su actividad.
- Valores de la organización: implica reconocer que la organización mantiene firmeza en los valores, que son los pilares sobre los que se apoya para funcionar.

Algunas organizaciones de nuestro entorno y sus respectivos proyectos que han sido pioneros y han resaltado en el entorno:

## VALOS

Es una Asociación Civil, entidad sin fines de lucro, constituida el veinticinco de septiembre del año 2003 en la ciudad de Mendoza, que se describe a sí misma a través de su página web. En la misma indica que su nombre hace referencia a la palabra "valor", ya que en la misma, se promueve 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. También justifica su nombre comentando, que se requiere valor para hacer frente a las contradicciones y audacias para desafiarlas.

Su accionar se basa en el fomento de prácticas de RSE junto a empresarios y empresas de la provincia de Mendoza, alentando relaciones sinérgicas, en una nueva forma de hacer negocios y promoviendo el desarrollo sostenible del medio. Esto lo llevan a cabo, debido a que entiende que para alcanzar a ser una provincia sustentable se requiere una nueva forma de hacer negocios. Esto se logra con empresas que tengan en cuenta, en sus respectivas decisiones del día a día, las necesidades de todos los públicos con los cuales se relacionan y no solo con los intereses de sus accionistas y clientes. Además aclara que su misión es movilizar y acompañar a la comunidad empresarial en el camino hacia el desarrollo sostenible.

Valos invita a participar a toda empresa que opere en la provincia de Mendoza, sin distinción de tamaño o cantidad de empleados, ya sea de forma individual o en conjunto con otra/s empresas.

La entidad define RSE como una forma de gestión que se define por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad.

Los interesados según la asociación son, las personas y/u organizaciones que son impactadas de manera positiva o negativa por las acciones de una empresa y que influyen en el desarrollo de la misma. Clasificándolas en:

- Público Interno: Promover el diálogo, la participación y el respeto hacia el personal de la empresa, como trabajadores e individuos pertenecientes a una sociedad.
- Proveedores: Aplicar criterios de selección, aprobación y asociación con los proveedores que sean congruentes con los valores de las empresas.
- Consumidor y clientes: Estimar la dimensión social del consumo, a través de programas de Marketing responsable, que promuevan la transparencia, la publicidad ética y el conocimiento de los daños potenciales de productos y servicios.
- Comunidad: Establecer relaciones positivas con la comunidad local, con sus organizaciones y gerenciar el impacto de las empresas sobre su entorno. Impulsar además, la acción social y el trabajo voluntario.
- Gobierno y Sociedad: Promover la transparencia política y el liderazgo social.

Valos menciona que los resultados de las empresas que tienen establecida una cultura de RSE incorporada en su filosofía y no solo desarrolla programas sociales como medio de publicidad son:

1. Reducción de costos: Diversas iniciativas de RSE, sobre todo las enfocadas al medioambiente, logran reducir costos e improductividad: políticas de reciclaje, cuidado energético y del agua, y prácticas de concientización del personal sobre gastos innecesarios.
2. Mejora de la imagen de marca y reputación: En el marco de la RSE, las prácticas de Marketing responsable, están vistas favorablemente por los consumidores y fortalecen la opinión del público. Una buena reputación genera lealtad y confianza, lo que se traduce en valor agregado para los consumidores y mayor competitividad.
3. Creación de valor financiero: Las inversiones con perspectiva social producen el aumento en el precio de las acciones y generan imagen positiva que atrae nuevos capitales de inversión.

4. Calidad del ambiente laboral: Las políticas de recursos humanos promovidas por la RSE, logran instituir fuertemente los valores y creencias de la cultura organizacional, estimulando 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.
5. Desarrollo de la comunidad: Para el progreso económico se necesita progreso social. Sin desarrollo social, el desarrollo económico no puede establecer raíces sólidas. Ya no son suficientes la calidad y el buen servicio, el nivel de compromiso de una empresa con la sociedad tiene cada vez mayor relevancia. 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.

## EDEMSA

Fue creada a partir de la Ley Provincial N° 6498 (de transformación del sector eléctrico provincial) y el Decreto Reglamentario 197/98.

Desde el 1° de agosto de 1998, tiene a su cargo el suministro y la comercialización de la energía eléctrica a los clientes ubicados en 11 departamentos de Mendoza.

La actividad de distribución de energía, por sus características, está regulada a través del Ente Provincial Regulador de la Energía Eléctrica (Epre).

En el 2012 presentó sus programas de RSE ante un comité técnico asesor de la Organización de las Naciones Unidas, que se reunió en Dubai para seleccionar las Mejores Prácticas Sociales.

El Premio Internacional para el mejoramiento de las condiciones de vida recibió 391 propuestas de empresas de todo el mundo, logrando posicionarse entre las 100 mejores, obteniendo la Certificación de las Mejores Prácticas por su sobresaliente iniciativa titulada “Igualar oportunidades de desarrollo para niños y jóvenes de zonas carenciadas”.

La empresa comenzó a implementar prácticas socialmente responsables durante el año 2002; luego las acciones comenzaron a tomar relevancia y se centralizaron en un departamento denominado Subgerencia de Relaciones Institucionales que planifica, coordina e impulsa las tareas sociales.

Los programas que EDEMSA ha implementado son:

- El Programa Ayuda Solidaria (PAS) (2002-actualidad): tiene como objetivo asistir a niños de 13 escuelas de zonas carenciadas de la provincia 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 2500 chicos que habitan dentro de la zona de concesión de la distribuidora. Las acciones de PAS se dividen en:
  - a) Capacitaciones
  - b) Visitas guiadas
  - c) Donaciones
  - d) Eventos
- Programa Luz en Casa (PLEC) (2005-actualidad): impulsó en el 2005 el Programa “Luz para Todos”, ahora denominado "Luz en Casa" (PLEC). 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 él 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.
- EDEMSA y FONBEC (2010-actualidad): 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.
- EDEMSA y PESCAR (2012-actualidad): suma sus esfuerzos con la fundación PESCAR. Ésta centra su objetivo en dotar a los jóvenes de valiosas herramientas para su inserción laboral en un futuro próximo.
- EDEMSA en Valos (2008-actualidad): miembro activo de Valos. EDEMSA apoya cada evento y envía a su personal a los foros, seminarios y nodos de trabajo con el objetivo de continuar capacitándolos en temas de desarrollo sostenible, para luego aplicar estos

conocimientos en la tarea diaria y contribuir con la mejora constante de la empresa en lo referido a la RSE.

## BODEGA NIETO SENETINER

### Responsabilidad ambiental

La bodega participa activamente en la comisión de sustentabilidad de Bodegas de Argentina, constituida por personal técnico de las bodegas asociadas donde se trabajan temáticas ambientales.

Las plantas de Bodegas Nieto Senetiner trabajan bajo un esquema interno de Gestión de Calidad, basado principalmente en:

- Requisitos de la Norma ISO 9001.2008 y en Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control (HACCP).
- Un sistema de gestión propio alineado con las OHSAS 18001.
- La Bodega Carrodilla está certificada también bajo la Norma ISO 14001.
- En 2013, se comenzó con la adecuación del Sistema de gestión de calidad a los lineamientos específicos establecidos por FSSC 2200.

En lo que respecta al uso Racional del Agua y tratamiento de afluentes, Bodegas Nieto Senetiner cuenta con un objetivo, dentro del Plan de Gestión Ambiental que implica manejar sustentablemente los recursos hídricos a través de la mejora constante de la calidad de los efluentes y el uso racional del agua. Para ello lleva a cabo campañas internas y acciones como el lavado para tanques, pulsadores de corte automáticos en baños, llaves de corte en mangueras de bodega y la reutilización de agua del equipo de termo vinificación. Tanto Bodega Vistalba como Carrodilla, cuentan con plantas de tratamiento de efluentes industriales.

### Responsabilidad con las personas y comunidad

Bodegas Nieto Senetiner cuenta con programa de capacitación y formación anual para sus empleados basado en ejes concretos con acciones específicas para cada uno. Se trata de Gestión Medioambiental, Gestión de Seguridad e Higiene, Gestión de Calidad y Capacitación Técnica y de Competencias de Gestión.

Implementa un programa de Voluntariado Corporativo, que complementa las acciones desarrolladas por la Fundación Perez Companc, responsable de proveer apoyo escolar a un grupo de hijos de colaboradores de la compañía que cursan sus estudios primarios o secundarios.

También destinado a chicos en edad escolar, se realizó durante el 2012 y 2013 la propuesta DALE! (Derecho a Aprender a Leer y a Escribir!) en 3 escuelas cercanas a Bodegas Nieto Senetiner, destinada a chicos que crecen en contextos de pobreza y que no han logrado adquirir el dominio de la lectura y la escritura al ritmo de sus pares.

Actualmente está en curso el programa Comer Rico, Comer Sano, que tiene como objetivo fomentar la alimentación saludable entre alumnos, padres y docentes de 5° grado, a partir de manuales auto-administrados, materiales gráficos y audiovisuales.

#### Responsabilidad con salud y bienestar

A partir la participación en Bodegas de Argentina, Bodegas Nieto Senetiner suscribió en 2013 a la iniciativa de Wine in Moderation. Para retransmitir internamente los conceptos de consumo responsable de alcohol se realizó una campaña gráfica.

Comunican de manera responsable en sus productos todos los requisitos relacionados con precauciones de consumo, declaración de su composición y datos reglamentarios para su comercialización.

Como otros ejemplos de empresas mendocinas podemos nombrar:

- Bodega Salentein: Organización de un coro compuesto por niños de escuelas rurales de la zona donde opera.
- Transportes Andreu: en el 2007 inició una escuela de conductores para todos aquellos que quieran aprender el oficio.
- Hinisa Hinisa: otorga becas de estudios universitarios para la carrera de Ingeniería Eléctrica.
- SESA International SA: implementa una vacante para incorporar personas con discapacidad.
- Ecogas: lleva a cabo una colecta de juguetes y dinero para la compra de ropa y calzado para niños de escuelas rurales.
- Grupo Sancor Seguros: realiza el programa nacional de prevención de accidentes de tránsito.

- Movistar: incorporó el programa Proniño, cuyo fin es colaborar con la prevención y erradicación del trabajo infantil.

## **b) Análisis de la Ley de Mendoza**

En Mendoza se presentó la situación de que muchos empresarios se vieron entusiasmados en introducirse en prácticas beneficiarias para la sociedad, ambiente y sus empleados, comenzando así a llevar a cabo acciones individuales sin mayor trascendencia que el impacto de las acciones llevadas a cabo y el mero reconocimiento de personas de su entorno.

Contemplando dicho escenario, el 28 de Noviembre del 2012 es publicado en el B.O. de nuestra provincia la "Ley de Responsabilidad Social Empresaria" N° 8488. Resultando Mendoza una de las provincias pioneras en materia de legislación en tema de RSE. El objetivo principal de la Ley se establece en el Art. 1, "promover conductas socialmente responsables de las empresas y organizaciones en general, en el diseño y materialización de sus políticas, con el fin que se cumpla una objetiva valoración y evaluación de la sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera".

La mencionada norma determinó que las empresas que cuenten con una dotación de más de 300 trabajadores o que su facturación del último año supere la establecida en la Resolución SEPyME N° 147/06, se encontraban obligadas al acatamiento de la misma. Contemplando también, la posibilidad de adhesión voluntaria a la misma. Sin embargo la Ley N°8488 fue modificada posteriormente por la Ley 8583, resultando solamente una opción para los empresarios interesados.

Para poder obtener los beneficios que establece la Ley, las organizaciones que tengan domicilio legal y/o comercial en la jurisdicción de la Provincia de Mendoza o desarrollen su actividad principal deberán presentar un "instrumento para informar, medir y evaluar en forma clara, precisa, metódica, sistemática y principalmente cuantificada el resultado de la política social y ambiental de la organización" llamado Balance de Responsabilidad Social y Ambiental Empresaria (BRSAE). El mismo será auditado por profesionales independientes especialistas en la materia.

Se decreta que la autoridad de aplicación es El Ministerio de Agroindustria y Tecnología siendo sus responsabilidades principales "establecer la forma de presentación, su contenido y publicación de los BRSAE" y crea el Consejo Provincial de "Empresas y

organizaciones comprometidas con RSE" cuya función principal es otorgar el premio anual de la empresa o empresas y organizaciones socialmente responsables. El premio consta de los siguientes beneficios:

- a) Prioridades en las contrataciones con el Estado Provincial, cuando exista igualdad de condiciones en la oferta. Los municipios que adhieran a la presente ley pueden adoptar el mismo criterio en lo concerniente a este tema.
- b) Mejor y mayor posibilidad de acceso a líneas de crédito y financiación del Fondo para la Transformación y el Crecimiento de la Provincia, así como de toda entidad financiera, pública o privada, que así lo disponga mediante convenio con el Estado Provincial.
- c) La bonificación de hasta un diez por ciento (10%) en el pago de impuestos provinciales, u otro tipo de beneficios fiscales, según lo determine la reglamentación, para las empresas acreedoras del "Premio Anual" a la RSE.
- d) Contar con espacio físico a los fines que las empresas publiciten sus productos o servicios en eventos públicos de índole provincial o municipal.
- e) Representar a la Provincia con sus productos o servicios en las ferias nacionales e internacionales en las cuales la Provincia concurra, debiendo la reglamentación establecer modo de priorización entre las mismas. La participación de Mendoza en ferias internacionales es activa, a través de la Fundación ProMendoza, la cual busca estimular la participación de la misma en ferias internacionales, que son seleccionadas por dicha fundación anualmente dentro de un calendario que la misma elabora.

Realizando un breve análisis respecto de la innovadora Ley de Responsabilidad Social Empresaria, podemos decir que es una ley que está bien estructurada, de fácil interpretación y cuyos objetivos son bien claros, premiar a los que verdaderamente hacen su aporte a la temática; decimos verdaderamente, ya que existe una comisión evaluadora encargada de verificar si se está siendo responsable o no; y dejar plasmado en números los aportes que ha tenido el accionar gracias al balance social. Habrá que ver como esta ley evoluciona y es adaptada en la práctica de los mendocinos, debido a su reciente sanción y reglamentación.

El Decreto N° 2094, sancionado el 21 de Noviembre de 2014, vino a reglamentar la Ley N° 8488 y su modificatoria, Ley N° 8583, estableciendo documentación

exigida, aspectos formales, procedimientos para su reconocimiento, índices de RSE, Auditorías y otros.)

### **3. VENTAJAS DE APLICAR RSE**

La aplicación de RSE por parte de las empresas, lleva consigo la consecución de algunos objetivos perseguidos por las mismas, ya sea en forma directa o indirecta. Entre las ventajas que surgen de aplicar RSE, según indica Beatriz Soto, en “Gestión.Org”, podemos destacar:

- Mejoramiento de la imagen de la empresa y la marca: Tanto la empresa como las prácticas que la misma realiza se ven mejor aceptadas por los clientes, al lograr los mismos percibir la existencia de una preocupación constante, o un destacado respeto por el medio ambiente, la sociedad, y el personal del ente.
- Lealtad de los clientes: Estrechamente ligada con la ventaja anterior, se destaca la lealtad de los clientes, que pueden ver satisfechas sus necesidades al mismo tiempo que se logra una mejor calidad de servicio.
- Incremento de las oportunidades para emprender nuevos negocios: una vez implementada RSE, los proveedores y clientes, actuales y potenciales, pueden verse tentados a mantener a la empresa dentro de su ámbito de negociación constante, ya que de este modo, ellos mismos contribuyen también con la sociedad.
- Reducción de costos operativos: En caso que la empresa se desenvuelva de manera responsable con el medio ambiente, puede lograr una reducción de costos, mediante la reducción de desechos, uso racional y consciente de recursos, incremento de la productividad.

Considerando éstas entre otras tantas ventajas, podemos deducir que la aplicación de RSE, lleva a la empresa a un mejor posicionamiento en el mercado, logrando destacarse entre los competidores, por sobre aquellos que se priven de aplicarla.

En ciertos casos, se considera como desventaja la existencia de costos que deben afrontarse para ser socialmente responsable, sin embargo, algunos especialistas consideran que no existe dicho costo, sino más bien una inversión, que será redituable en el tiempo, o en algunos casos simplemente un sacrificio personal de quienes se encuentran involucrados.

## CAPÍTULO II

### COMO NACE EL VALOR AGREGADO EN LAS EMPRESAS

*“No hay un viento favorable para el barco que no sabe dónde va”.*

Anónimo.

Luego de haber realizado una breve reseña del origen y evolución de RSE, tanto a nivel mundial, como a nivel nacional y provincial, y teniendo a su vez conocimiento sobre los avances que ha tenido la misma con el correr de los años, sobre distintos entes que se unieron al valioso concepto, tanto internacionales como nacionales, con o sin fines de lucro, estatales o privados, podemos observar la existencia de un punto en común entre todos ellos: un mismo fin.

Podemos decir que estos entes adquirieron ciertos principios o valores, compartidos entre ellos, para llegar a ser lo que son hoy, y para llegar en algunos casos, como es el de Valos Mendoza, a ser pioneros del tema. Fueron asimilando dichos principios y valores, y en base a ellos, establecieron nuevas políticas, o modificaron las políticas existentes para un mejor desenvolvimiento, basadas en nuevas misiones, y una visión más abocada al agregado de valor en función de su contribución final con la sociedad y el medio ambiente en cual se encuentran asentadas.

Dichos entes, han interiorizado los valores de RSE para crear valor en ellos. Este proceso de interiorización surge con la definición de misión, visión, políticas, y estrategias adecuadas durante su formación, o bien su posterior modificación en base a las nuevas ideas asumidas, por ello procederemos a analizar un poco de qué se trata esta incorporación en cada empresa, asociación, o fundación, para lograr definir si estas políticas sustentables dentro de la vida de la empresa van a generar un agregado de valor.

Nos introducimos en algunos conceptos esenciales aplicados al concepto de RSE para lograr llegar al trasfondo del asunto bajo análisis, tales como:

- Filosofía empresarial
- Visión
- Misión

- Valores empresariales
- Principios
- Estrategias
- FODA

## 1. FILOSOFIA EMPRESARIAL

En la actualidad, la finalidad perseguida por una empresa no debe remitirse solamente a la obtención de rentabilidad. Por el contrario, al ser la organización un actor social en el medio que interactúa, debería buscar servir a la comunidad en la que se desenvuelve, llevando a cabo acciones por y para contribuir con la misma. Lo antedicho está definido por la ética y los valores que la organización haya decidido apadrinar para su actuar. Siendo esto lo que identifica la forma de ser dentro del medio donde desarrolla su actividad. Representando esto, el concepto de Filosofía Empresarial.

Este movimiento se trata de una forma de actuar, de carácter optativo, que va más allá de exigencias legales, e introduce en el norte del accionar de la organización dimensiones sociales y medioambientales. Si bien como dijimos es una opción, de cierto modo es obligatoria, si lo que se busca es penetrar en la comunidad logrando una buena aceptación por parte de la misma y destacarse por acciones o iniciativas diferenciales a la hora de tomar decisiones, ya que el interés por la sociedad y el medioambiente logrará una diferenciación.

Es la estructura conceptual que la organización define para orientar o inspirar el comportamiento de la misma y que responde a las cuestiones fundamentales de la existencia de la misma. La filosofía de la empresa representa la forma de pensar oficial de la organización. Para desarrollarla, se deben analizar 3 elementos fundamentales y trascendentes para esta, que indican hacia dónde se dirige la organización, por qué se dirige hacia allá y que es lo que sustenta u obliga a que la empresa vaya en esa determinada dirección. Estos tres elementos son: misión, visión y valores.

## 2. VISIÓN

Con el fin de encarar los términos de visión y misión, nos remitiremos a los conceptos brindados por Fleitman Jack en *Negocios Exitosos*: ***“La visión es el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad”***.

Conforme al avance del tiempo, las compañías han ido mutando la forma de hacer negocios. Esto debido a los avances tecnológicos, las nuevas demandas del mercado, los requerimientos políticos y ambientales.

Ahora bien, en la mayoría de las empresas de la región, el giro comercial es llevado a cabo sobre el “día a día”, sin definir una dirección a futuro, ni teniendo en cuenta las nuevas exigencias y demandas de los clientes.

Es por eso que la RSE debe coexistir con la visión en las empresas, para lograr un nivel de estabilidad y competitividad en el tiempo y así obtener beneficios compartidos entre la sociedad, las empresas y el medio ambiente.

La empresa socialmente responsable debe lograr sus fines económicos sin dejar de lado los valores y demandas sociales, contribuyendo al desarrollo de una sociedad donde la comunidad, el medio ambiente y las organizaciones alcancen un desarrollo sustentable.

### **3. MISIÓN**

*“La Misión es el marco de referencia que orienta las acciones, enlaza lo deseado con lo posible, condiciona las actividades presentes y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas”*

**Fleitman Jack, “Negocios Exitosos” (McGraw Hill, 2000)**

La misión es para las empresas, la razón de ser, el por qué se creó para la sociedad. Ahora bien, incorporando este nuevo concepto de RSE, es menester transmitir el compromiso de la empresa con los diferentes grupos de interés (stakeholders) y con el cumplimiento de sus expectativas. Deberá tener énfasis en la sensibilización del personal con conceptos y prácticas de RSE así como demostrar la importancia de una gestión responsable y como ello le agrega valor a la organización.

Las empresas que son competentes para realizar misiones responsables en su planificación estratégica, acrecientan sus posibilidades de generar una reputación coherente con los valores y prácticas que promueven, son completas ya que mantienen coherencia entre lo que dicen y hacen y permiten que los stakeholders respondan correctamente a la misión de la empresa con una definición propia basada en la realidad cotidiana.

#### **4. VALORES EMPRESARIALES Y VALOR COMPARTIDO**

*“Los valores también llamados valores empresariales, son las creencias acerca de las conductas consideradas correctas y valiosas por la empresa, y son estos valores, más que la visión y misión los que tienen mayor permanencia en un ente.” (García, 2012)*

Los valores se definen al comienzo de la vida de una organización y son los que determinan la cultura de la misma. Si al correr de los años esta cultura no se mantiene fuerte, los valores se van desintegrando y esto repercute en el actuar cotidiano del ente. Esto se refleja en actividades como por ejemplo el manejo irresponsable de residuos industriales o malas condiciones laborales. La razón de estas actitudes es simple, buscar obtener beneficios en el corto plazo, sin considerar las verdaderas necesidades de largo plazo. Esto afecta directamente al medio ambiente y a la sociedad en la que se desenvuelven las empresas. La solución es que empresa y sociedad unifiquen esfuerzos para obtener un beneficio común que implique la creación de valores compartidos para ambas.

Barco Sousa cita en su trabajo “RSE y creación de valor compartido” la definición de Kramer de valor compartido: *“Es una serie de políticas y prácticas operativas que optimizan la competitividad de una empresa y de igual manera mejoran las condiciones sociales y económicas de la sociedad donde operan.”*

La *creación del valor compartido* busca reconocer las uniones entre lo social y lo económico. En principio, el progreso económico y social debe ser usado con conceptos de valor. Es poco frecuente que las empresas enfrenten los aspectos sociales desde el punto de vista del valor, sino que por el contrario lo consideran un tema poco relevante. Lo mismo sucede en el ámbito social, donde se mide el éxito solo en términos de los beneficios logrados o el dinero invertido.

#### **Diferencia entre valor compartido y responsabilidad social corporativa**

Es común confundirse con estos dos conceptos, sin embargo la creación del valor compartido debe ser algo superior a la responsabilidad social corporativa. El primero dirige las inversiones de las empresas en la comunidad, por el contrario, las empresas con responsabilidad corporativa se centran principalmente en la reputación y tienen escasa conexión con el comercio.

Las empresas con valor compartido buscan lograr un equilibrio entre los recursos y la experiencia, para poder crear valor económico al crear valor social.

En síntesis, el concepto de valor compartido se enfoca en la unión entre el progreso social y económico, la cual dará lugar a nuevos enfoques que generarán mayor innovación y crecimiento para las compañías, y también más beneficios para la sociedad.

## **5. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS EN RSE**

El objetivo en las empresas, es el resultado o fin al que se desea llegar, hacia donde enfocarán sus esfuerzos. Estos objetivos pueden clasificarse en generales, ya sea el aumentar la rentabilidad, y específicos como por ejemplo aumentar las ventas trimestralmente en un 5%.

El principal objetivo que persigue la RSE es generar un impacto positivo en los distintos grupos de interés que rodean a la empresa, como así también aumentar su competitividad y sustentabilidad.

Como primer tarea, las empresas deberán conocer en profundidad los distintos ámbitos con los que se relaciona diariamente, una buena herramienta para obtener estos conocimientos es a través de un análisis FODA, el cual estudiaremos más adelante. Estos actores con lo que la empresa se interrelaciona nos pueden generar un impacto positivo o negativo en el negocio.

Lo importante de estos objetivos empresariales, ya sea desde el punto de vista empresarial como de RSE es que nos orienten y coordinen la toma de decisiones y las distintas acciones, como así también que sirvan de parámetro a la hora de evaluar los resultados de la gestión al final del ciclo.

La estrategia empresarial por otro lado, es una rama de la administración de empresas, donde une distintas disciplinas como el marketing, las finanzas, y la RSE. A partir de la definición de ésta, le permite a la empresa la búsqueda de planes de acción como ventajas competitivas, de forma de crecer y expandir su mercado reduciendo el de la competencia.

### **Características entre objetivos y estrategias**

- I. Los objetivos son los “fines” de la empresa y las estrategias los “medios” para lograrlo.
- II. La estrategia debe estar orientada a los objetivos consumiendo la menor cantidad de recursos y tiempo posible.
- III. Las mismas deben representar un desafío para la empresa
- IV. Los objetivos deben estar alineados con los principios y valores de RSE.
- V. Los miembros de la organización deben incorporar las estrategias, para ello deben ser claras y comprensibles.

Si se incorporan los conceptos de RSE a nuestros objetivos y estrategias empresariales, creamos empresas sostenibles, que nos permitirán mejorar el rendimiento económico, mejor

posicionamiento en el mercado y creación de valor tanto para sociedad como medio ambiente, mejor reputación y mejores relaciones con los grupos de interés que nos rodean, poder identificar nuevas oportunidades de negocio y tener un mayor control de los riesgos.

Con un objetivo y una estrategia sólida de sustentabilidad, obtendremos un marco de gestión para los asuntos importantes que nos rodean, como son la sociedad, medio ambiente y resultados económicos. Las mismas están expuestas en la visión, misión y políticas direccionales, definiendo el modelo de gobierno, su participación con los grupos de interés y la comunicación con los mismos.

En términos más generales, una estrategia de sostenibilidad impulsa entusiasmo, conciencia y alineamiento a todos los niveles de su organización y sobre todo, ayuda a hacer la empresa más responsable y sostenible.

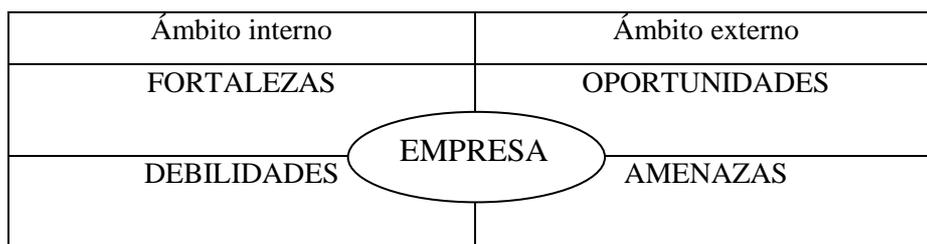
## 6. ANALISIS FODA

Ponce Talancón define este análisis diciendo que: *“El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas”*.

Para definir una estrategia responsable y sostenible, la organización se puede valer de este análisis FODA. La empresa puede alinear sus prácticas responsables hacia el interior o exterior de la empresa. En cada caso, existen diferentes públicos interesados hacia donde puede focalizar su acción.

Algunos públicos interesados en lo interno de la empresa, son colaboradores, accionistas, y la alta gerencia por ejemplo. Los interesados en lo externo de la empresa, son a los proveedores, clientes, y la comunidad en general.

Cuadro 2



En el cuadro 2 se puede apreciar los distintos aspectos del análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). Las fortalezas y debilidades se agrupan dentro de la empresa, y las oportunidades y amenazas, fuera.

En el sector interno, estas prácticas están orientadas en valores y transparencia que definan el actuar de la empresa, y afectan de manera directa al público interno (colaboradores, gerentes y dueños). Los factores externos están vinculados a todo el proceso productivo (proveedores, clientes, gobierno, comunidad).

A modo de definiciones generalmente aplicables a cualquier empresa, definimos algunos de estos conceptos, según el trabajo de Sena “Proyecto de Responsabilidad Social Corporativa”:

- Fortalezas:
  - consolidar la relación empleador – empleado y con los clientes
  - Todas las áreas de la empresa puedan participar en nuevos emprendimientos
  - Controlar el cumplimiento de objetivos fijados por la alta dirección
  - Estimular el cuidado del medio ambiente por parte de la empresa
- Debilidades:
  - Poca planificación y definición de objetivos
  - No contar con insumos y herramientas de trabajo necesarias
  - Ausencia de control interno
  - Falta de adopción de principios de RSE
- Oportunidades:
  - Dar a conocer la implementación por parte de la empresa de RSE
  - Alianzas con los distintos sectores para ingresar en nuevos mercados
  - Competencia débil debido a la ausencia de estos conceptos
  - Tendencias favorables en el mercado por un ambiente más sano
- Amenazas:
  - Competencia muy agresiva
  - Aumento de precio de insumos
  - Inexistencia de competencia (no sabemos cómo pueda reaccionar el mercado)
  - Regulación desfavorable o cambios en la legislación

Según establece “matrizfoda.com”, el análisis FODA no se limita solamente a armar una lista, va más allá; trata de evaluar los puntos fuertes y débiles de la empresa para poder emitir ciertas conclusiones sobre la situación que la rodea y poder definir distintas vías de acción para un fin último.

Una vez hecho este análisis estaremos en condiciones de responder las siguientes preguntas:

- Posee la empresa puntos fuertes internos como para crear una estrategia competitiva?
- Pueden los puntos internos débiles afectar la competitividad de la empresa? Cómo podemos mejorarlos para transformarlos en oportunidades?
- Que oportunidades tiene la empresa a partir de las capacidades y habilidades de sus integrantes?
- Qué amenazas deben preocupar más a los directivos y qué movimientos estratégicos deben considerar para crear una buena defensa?
- La estrategia actual está bien definida?
- Qué estrategias debemos aplicar?
- Cuán sólida es la posición competitiva de la empresa?
- Cuáles son los problemas estratégicos que enfrenta la compañía?

¿Cuál es la importancia del análisis FODA para las decisiones de nuestra empresa?

Así mismo, de lo investigado en “matrizfoda.com” podemos afirmar que la toma de decisiones es una acción que se lleva a cabo diariamente para resolver situaciones de cualquier índole, ya sea a nivel laboral, familiar, sentimental en donde se selecciona una alternativa entre varias posibles.

A la hora de tomar la decisión correcta, debemos hacer previamente un análisis de cada situación en particular, conociendo el problema y el costo de oportunidad, las ventajas y desventajas que incumben ante cualquier decisión y las consecuencias que pueden derivar de la misma.

En la actualidad las empresas toman sus decisiones de manera automática e irracional, no se analizan las consecuencias de las buenas o malas decisiones, y pueden llevar a las mismas al fracaso.

Es por esto que el análisis FODA nos ofrece un panorama de la situación real que rodea a la empresa. Nos define un proceso más estructurado y fundamentado para tomar decisiones acertadas por medio de mayor información y seguridad a la hora de definir entre tantas alternativas.

La importancia reside en que a partir del análisis nos permita buscar y determinar de manera sistemática, todas las variables que intervienen en el negocio con el fin de obtener mayor y mejor información al momento de tomar la decisión correcta.

Si bien a través del Plan de Negocios la empresa puede definir la misión, visión, objetivos y estrategias; con el análisis FODA de manera correcta y completa se pueden delinear diferentes estrategias ofensivas, defensivas, de supervivencia y de reorganización para cumplir los lineamientos generales planteados.

Del análisis realizado, podemos resaltar que la RSE le da a los entes que la aplican cierta sustentabilidad en el tiempo y genera una diferenciación de los mismos. El reconocimiento de la RSE se encuentra, como ya dijimos, establecido dentro de sus principios, normas, valores, manuales de políticas y procedimientos, y se ve traducido en el desenvolvimiento normal del ente, en el accionar diario del personal y en la puesta en práctica de lo establecido anteriormente, esto es, asumiendo el compromiso social que lleva la empresa al comprometerse en sus papeles a contribuir con el medio que la rodea.

Para corroborar esta situación, se procedió a realizar trabajos de campo, encuestas y entrevistas, a distintos entes que aplican RSE para obtener su perspectiva de lo que logran con la misma, y por otro lado se entrevistó a clientes para conocer cómo se percibe desde afuera de las organizaciones. Buscamos ver si realmente toda esta adaptación de los entes por ser socialmente responsables genera un valor agregado.

## **CAPÍTULO III**

### ***RSE: ¿NOS IMPLICA UN COSTO O UN VALOR AGREGADO?***

#### **1. ANÁLISIS DE MERCADO**

Para responder al interrogante que plantea nuestro trabajo de investigación, así como para obtener la respuesta a la hipótesis planteada recurrimos a dos tipos de análisis, que a nuestro parecer poseen el mismo nivel de relevancia, pero visto desde dos perspectivas totalmente diferenciadas. Por un lado, analizamos la situación desde la perspectiva de las empresas, tanto públicas, como privadas, con o sin fines de lucro, de pequeña y gran envergadura.

Por otra parte la analizamos desde el punto de vista del público en general, tanto consumidores de productos, clientes de las empresas, proveedores, y otros agentes que intervienen en los procesos comerciales.

#### **A. ENCUESTA A EMPRESAS**

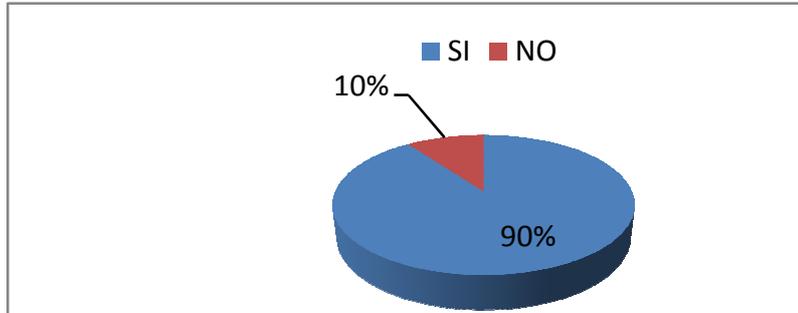
El presente trabajo de investigación, consistió en realizar encuestas a 7 PyMES y 3 grandes empresas del medio mendocino de la actualidad, dividido en tres secciones: preguntas para todas las organizaciones, preguntas para las organizaciones que aplican RSE y para las que no. Las mismas tratarán de cumplir con los objetivos formulados en la introducción de este trabajo.

Para preparar estas encuestas, se emplearon preguntas claras y precisas, de fácil comprensión. Las preguntas son de tipo cerradas, es decir, dentro de un rango positivo o negativo. Las muestras son de tipo aleatoria, ya que consideramos que tanto una pequeña como una gran empresa puede aplicar políticas responsables y sustentables en sus procesos.

## Preguntas para todas las organizaciones

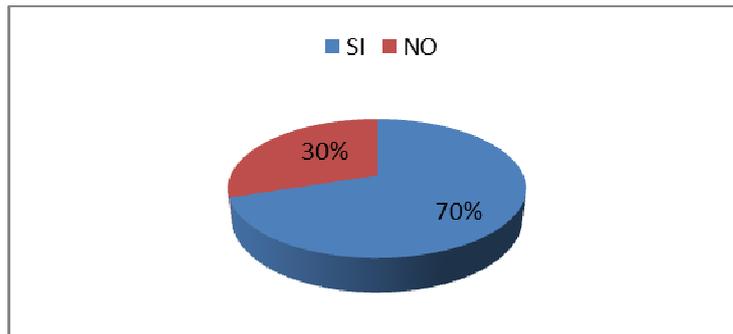
- ¿Conoce o ha sabido escuchar sobre Responsabilidad Social Empresaria?

Gráfico 3



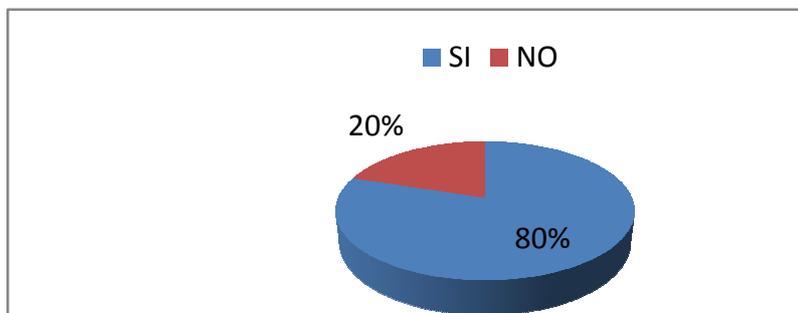
- ¿En su organización realizan prácticas socialmente responsable?

Gráfico 4



- ¿Le parece un tema fundamental en la actualidad?

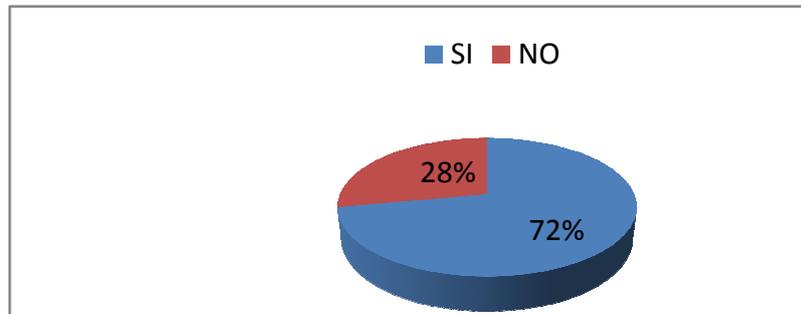
Gráfico 5



## Preguntas para las organizaciones que aplican RSE

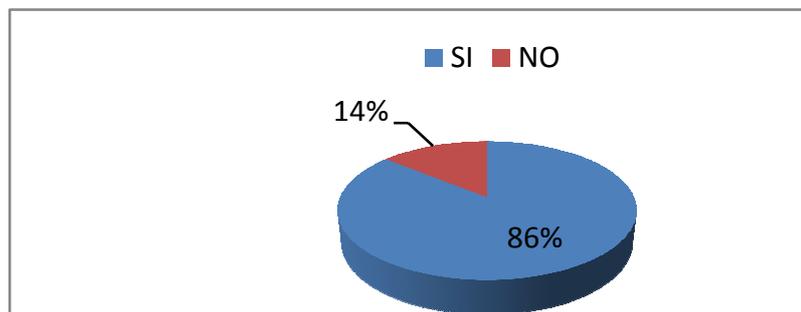
- Estas prácticas, ¿las dan a conocer al público?

Gráfico 6



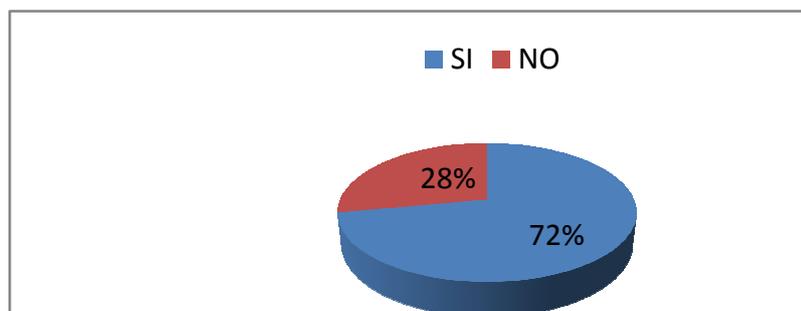
- ¿Creen ustedes que si dan a conocer la aplicación de estas prácticas por su empresa, el cliente se podría llegar a interesar más en sus productos o servicios?

Gráfico 7



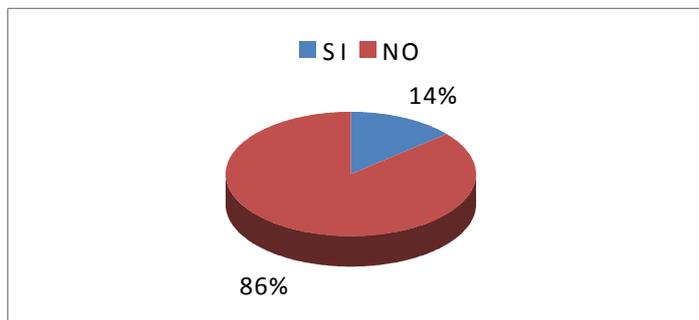
- ¿Les produce un valor agregado a su organización?

Gráfico 8



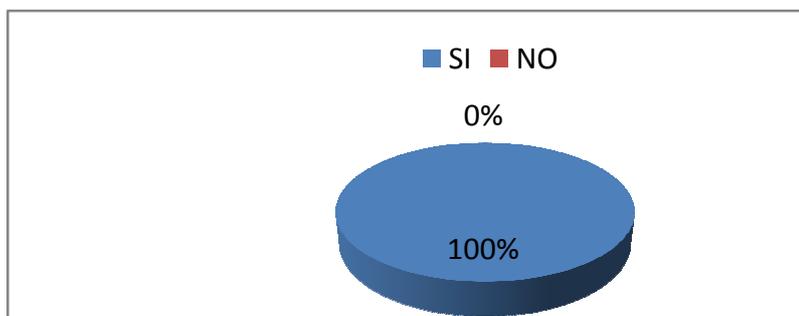
- ¿Tienen discriminado en sus estados contables los costos e ingresos de aplicar el mismo?

Gráfico 9



- ¿Recomendaría la aplicación de RSE a otras empresas u organizaciones?

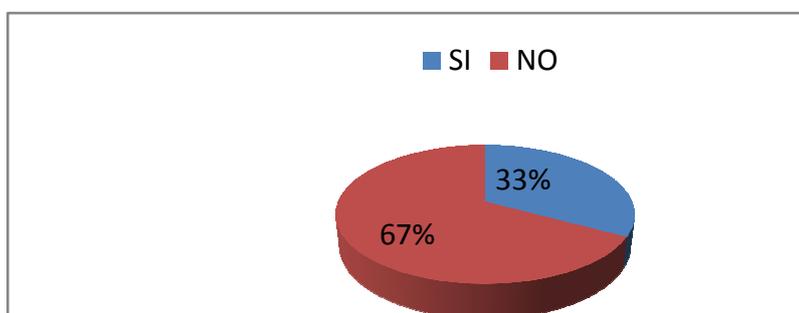
Gráfico 10



### Preguntas para las organizaciones que no aplican RSE

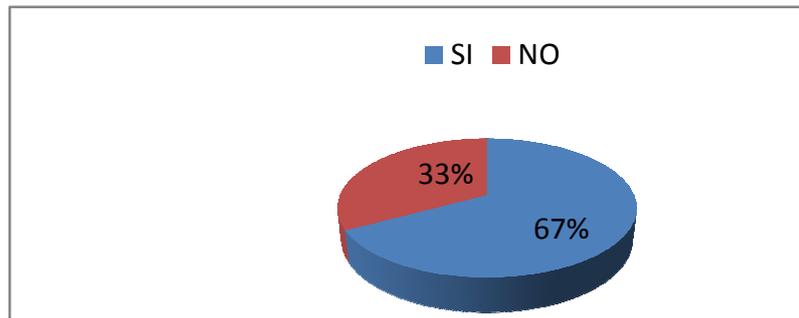
¿Suponen que el implementar estas prácticas les generaría mayores costos que ingresos?

Gráfico 11



- ¿Creen que el Estado apoya estas prácticas a través de difusión o normativas?

Gráfico 12



Atendiendo a las preguntas efectuadas anteriormente, extraemos algunos puntos que nos parecen importantes:

Relevancia del tema:

- 90% de la población conoce sobre el tema
- 10% nunca lo escuchó nombrar

Creación de valor:

- 72% de la población reconoce un agregado de valor a su organización
- 28% no capta la existencia de cambios positivos

Discriminación de resultados:

- 86% de las empresas no determinan cuales ingresos y egresos corresponden a RSE
- 14% si lleva registro de los mismos a través del balance social.

Puntos a favor:

La primera impresión que arroja el trabajo efectuado, es la relevancia que tiene el tema, ya que casi el 100% de la población conoce o ha sabido escuchar del tema; y el 70% de ellos aplican prácticas responsables.

Si bien varios empresarios aplican prácticas responsables, no muchos las hacen conocer al público (estos resultados luego los compararemos con las encuestas a consumidores para ver como lo perciben).

Lo que resulta importante en esta encuesta, es la creación de valor que le genera a las empresas, ya sea con nuevos consumidores, competencia con otras empresas, cuidado del medio ambiente o mejorar la calidad de vida de sus empleados o de sus proveedores.

Puntos en contra:

Nos llama la atención la poca segregación de resultados que hay, entre lo que la empresa pudo haber tomado como gasto para aplicar RSE y los beneficios que le hayan aportado al empresario.

Esto nos dio lugar para investigar, si en realidad no hay grandes inversiones de capital para aplicar estas prácticas, ya que de otro modo estarían identificadas. De la investigación realizada pudimos constatar que en la mayoría de los casos la inversión era mínima o nula, por ejemplo el cambio bolsas de nylon por bolsas de papel madera, como es el caso de un hipermercado ubicado en la provincia, o también de algunos locales dedicados a la venta minorista de prendas de vestir.

También hicimos el análisis para el caso de ingresos, donde constatamos que la creación de valor proviene en parte de la mayor aceptación social hacia los entes que llevan a cabo acciones socialmente responsables; y en parte, de la menor utilización de recursos, aplicada como medida contra la contaminación ambiental por un lado, y por otro lado aplicada como un menor gasto en dichos recursos.

## B. ENCUESTA A CONSUMIDORES

Para este segundo análisis recurrimos al público para conocer su interiorización con el tema, y realizamos pequeñas encuestas a fin de saber su interés en contribuir de diferentes maneras a mejorar la situación actual de la sociedad, y las respuestas obtenidas las mostramos estadísticamente a continuación:

- ¿Ha comprado un producto o servicio por la reputación social o ética de una empresa?

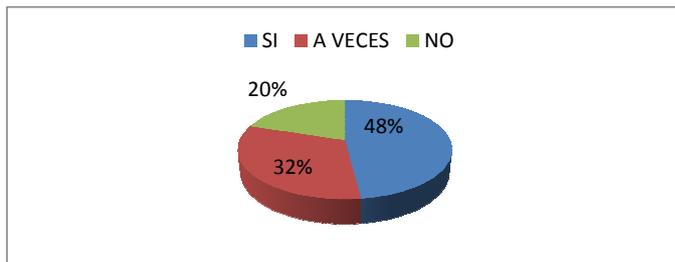
Para responder esta pregunta se procedió a interrogar a diferentes personas, dentro de una muestra de 50, y otorgando diferentes posibilidades de respuestas:

Sí, pues me parece muy importante que la empresa sea reconocida al momento de comprar, ya que esto me afirma que los productos son de buena calidad

No, sólo compro aquellos productos o servicios que me atraen, sin importar la empresa de la que provienen

A veces, suelo priorizar la reputación del ente, pero si no consigo lo que quiero acudo a otras empresas

Gráfico 13



- ¿Ha renunciado a un producto o servicio por enterarse que es nocivo para la sociedad o el medio ambiente?

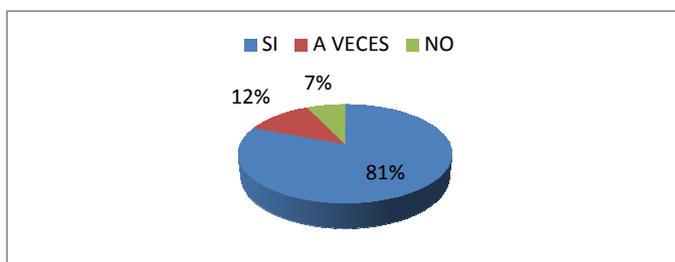
En este caso la muestra a la que recurrimos fue de un número mayor de personas, de distintos estilos de vida, ya sea profesionales, empresarios, adolescentes, artistas callejeros, o artesanos. Las posibilidades de respuestas fueron las siguientes:

Sí, me parece sumamente importante contribuir con el medio ambiente y la sociedad, ya que es el futuro que nos espera.

No, yo compro lo que me hace falta.

De vez en cuando intento evitar los daños, pero si no se puede lo compro igual

Gráfico 14



- ¿Pagaría un precio superior por productos que respeten criterios sociales o medioambientales?

Esta pregunta se llevó adelante frente al mismo público que en la pregunta anterior, y las respuestas arrojadas variaron entre las siguientes:

Sí, intento contribuir con el medio ambiente.

No, no estoy en condiciones de pagar un precio superior, y contribuyo de otros modos.

Gráfico 15



- Cuando va al supermercado, donaría su vuelto sabiendo que realmente se destina sectores carenciados?

Bien sabemos que existe un dilema detrás de esta propuesta de los supermercados, y que la gente tiende a desconfiar de esta política de donación, sin embargo se planteó un caso hipotético, donde se consultó a la gente cómo procedería si confiara en que esta propuesta es verídica. La encuesta se llevó a delante bajo dos posibles respuestas:

Sí lo donaría, pues a mí no me suma mucho pero puede ser una gran diferencia para alguien.

No, definitivamente no confío en los supermercados o grandes cadenas con propuestas no demostrables.

Gráfico 16



De acuerdo a las encuestas, notamos un interés mayoritario de las personas a productos sustentables, preocupados por su repercusión en la salud y medio ambiente.

La manera de aportar a la causa por parte de consumidores es a través de la elección de proveedores con prácticas responsables, por medio de precios diferenciables, eso sí, sería favorable una situación económica estable que acompañe esta concientización.

Para el caso puntual de la recaudación del vuelto en supermercados, llama la atención el elevado nivel de desconfianza por parte de consumidores frente al destino de fondos. Es necesario que haya agrupaciones de seria reputación para llevar a cabo estas operaciones, que den a conocer sus resultados de manera transparente, y demuestren su accionar social.

Complementando las encuestas a empresas proveedoras de productos y servicios con la efectuada anteriormente a consumidores, notamos un punto en común en cuanto a la concientización de una vida sustentable. Ciertamente el gobierno debería unir a estos dos grandes grupos para promover estos conceptos. Vemos que en la sociedad hay una tendencia a contribuir con el mundo, pero el escaso incentivo estatal produce un sedentarismo social generalizado.

Por esta misma situación hay empresas que no encuentran una motivación para llevar a cabo acciones sociales, y a su vez, existen consumidores que no están alertados del futuro deterioro de nuestro planeta.

En función a esto, acudimos a una empresa del medio, que se impuso ante esta situación y por creer en estos valores. El fin de ellos es que nosotros mismos seamos los actores del cambio, porque si esperamos a que el Estado tome cartas sobre el asunto, ya habrá sido demasiado tarde.

## **2. ENTREVISTAS**

### **A. FARMACIAS DEL CENTRO**

Para poder comprender más sobre Responsabilidad Social Empresaria y la aplicación de esta en Mendoza, tuvimos la oportunidad de contactarnos con Farmacias del Centro (su filosofía se basa en cómo avanzar de la RSE al Desarrollo Sostenible, esto es, pensando en economías inclusivas, energías alternativas, cuidado del medio ambiente y el consumo responsable) empresa pionera en la provincia sobre este tema.

Su presidente, Adolfo Brennan, está involucrado en esta temática por más de 10 años, siendo uno de los fundadores de Valos (organismo encargado de movilizar y acompañar a la comunidad empresaria en el camino hacia el desarrollo sostenible), como así también integrante de la comisión directiva de Nuestra Mendoza (promueven la participación, la educación ciudadana y una mejora en la gestión pública, para mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos, poniendo en relevancia indicadores sociales, ambientales, económicos y culturales para el Gran Mendoza y cada uno de los departamentos que lo componen).

Tuvimos la oportunidad de entrevistar a la Licenciada María Eugenia Rossi, responsable del departamento de Recursos Humanos de la empresa, o como le llaman ellos, el departamento de

Desarrollo Humano para darle un enfoque más representativo de RSE. Esto debido a que esta área no solo se centra en el ingreso y egreso de personal, sino también en el crecimiento personal de sus empleados para sí y con los demás, en base a la Visión (“Queremos ser reconocidos como una cadena de Farmacias líder en la región por reconocimiento de su servicio profesional y tradición farmacéutica, generando valor económico, operando dentro de un marco de ética y responsabilidad social de manera que podamos contribuir a la calidad de vida de la gente”). y Misión de la empresa (“Llegar al cliente-paciente con un servicio profesional con atención farmacéutica personalizada en forma eficiente en el momento adecuado, con el precio adecuado y en el lugar adecuado, buscando ser reconocido por nuestros valores de negocios, prácticas innovadoras y compromiso con la calidad de vida de la gente”). .

La entrevista fue llevada a cabo en las oficinas centrales, en el segundo piso del local ubicado en calle San Martín y Amigorena, en pleno centro de la ciudad.

*¿Qué entiende la empresa por Responsabilidad Social Empresaria?*

La empresa lo que entiende por RSE es tratar de devolver a la sociedad parte de los beneficios que tienen los empleados dentro de la empresa, ya sea en servicios o en alguno de los temas de inclusión que comprende esta temática.

*¿Cómo surge la idea de implementarla?*

Uno de los directores de la Farmacia, Adolfo Brennan, es pionero en RSE en Mendoza, él fue uno de los primeros fundadores de Valos, incluso ahora continúa con el proyecto de Valos, no tanto como Director, pero sí dentro de la comisión directiva. Él fue incorporando el concepto en Mendoza y en algunas empresas que trabajan con él, y a partir de allí la Farmacia empezó a aplicar algunos proyectos, como el reciclado de papel, inclusión social, y otros aspectos pero siempre de la mano de Adolfo.

*¿Hace cuánto tiempo la implementan?*

Hace 10 años seguro, yo estoy trabajando aquí hace 7 y desde mi ingreso me incorporaron estos conceptos que ya se aplicaban. Yo estoy encargada de la parte de Desarrollo Humano, que trata de incorporar estos conceptos a nuestros empleados para que los vayan desarrollando dentro y fuera de la empresa

*¿Qué fines persiguen con la implementación?*

El fin es colaborar con la sociedad estando dentro de las acciones de Responsabilidad Social, no solo enfocado en un segmento, sino en varios; así como colaborar con El Arca (Misión: Construir y desarrollar un sistema innovador y sustentable, que vincule social y comercialmente a pequeños productores con consumidores responsables. Este proceso promueve protagonismo comunitario de los que han vuelto a creer en el esfuerzo, el trabajo y el consumo responsable, como medio para la integración intersectorial con equidad), o con los Planes de inclusión (incorporando a la planta, personas con discapacidades o ex convictos), como así también colaborar con el medio ambiente, o cualquier otro pilar de RSE, pero participar en alguno.

*¿El personal se siente identificado? ¿Cómo contribuye con la misma?*

La contribución con el proyecto para nuestros empleados es voluntario, ellos saben que la empresa y el Director están involucrados en este tema, que somos integrantes de Valos y del Banco de Alimentos (Es una entidad que cumple el rol de puente entre las empresas que posibilitan la adquisición de alimentos y las personas con necesidades alimentarias. Así, productos aptos para el consumo llegan a organizaciones que trabajan en alimentación y promoción del desarrollo humano de comunidades con problemáticas sociales. A través del rescate de mercadería que realizan los Bancos de Alimentos, las empresas destinan sus productos que no pueden comercializar hacia un fin social, evitando de esta manera la destrucción del alimento. Así se simplifica el proceso de donación hacia un único organismo que las redistribuye a las organizaciones sociales, sin que los donantes tengan que responder a los pedidos de numerosas entidades de ayuda solidaria).

Algunos empleados están más involucrados que otros, otros son voluntarios directos de estos organismos que nombré previamente. Algunos no pueden ir como voluntarios pero donan alimentos, dinero, etc.

Además, los empleados están involucrados con el “consumo consciente”, esto es por la relación cercana con El Arca el cual nos entrega una lista con todos los productos que ellos hacen (textil, alimentos, artesanías y servicios).

*¿Y les dedican horas específicas a estas tareas? ¿Cómo se organizan?*

Esto depende de las situaciones que se van presentando, por ejemplo, en Octubre con Banco de Alimentos nuestro personal le dedica unas horas de su tiempo para ir a los supermercados y tratar de recolectar alimentos que compran los clientes; esto es porque la Farmacia pide que vayan.

Ahora también vamos a estar con el tema de Donación de Sangre (el Sistema de Hemoterapia del Hospital Central ha creado una base de datos con las personas que se inscriben y que por supuesto siempre están dispuestas a donar, esto es para no demorar buscando con avisos a gente que por ahí no

le interesa). Así también con El Arca al cual semanalmente le estamos pidiendo mercadería para la empresa y para nuestros empleados, que a estos, luego se le descuenta del bono de sueldo por lo que cada uno solicito.

En fin, no es nada impuesto ni de rutinas semanales, nosotros proponemos las actividades que van apareciendo y el que quiera “se prende”.

*¿Esta participación de los empleados tiene un reconocimiento?*

No, estos valores son parte de la política de la empresa. Pero por ejemplo, en algún momento que se necesite voluntariado, se tratará de reacomodar horarios, o que hagan menos horas en la empresa; la idea es ser flexibles con los horarios para que los empleados puedan colaborar.

*¿Cuenta la empresa en su estructura con un departamento de RSE, o sector especializado en ella?*

Si, está dentro del área de Recursos Humanos que nosotros lo llamamos “Desarrollo Humano”, uno de los objetivos del área es mantener estos principios de RSE e involucrar a los empleados, o como también los llamamos nosotros “Colaboradores” porque creemos que colaboran con la visión y misión de la empresa.

*¿Cómo ve el futuro de RSE en su empresa y en Mendoza?*

En Mendoza, lo veo a la RSE mucho más avanzado que hace 7 años cuando yo empecé con este tema y poco se conocía en ese entonces, donde yo también lo he estado conociendo. He visto como más empresas lo hablan, que van creando sus áreas específicas, como así también ciertas rutinas para ir implementando estas ideas.

En las reuniones que tenemos en Valos, cada vez son más las empresas que se unen, asisten y aprenden a ir incorporando sus proyectos con el intercambio de experiencias con otras empresas asociadas.

En la empresa, yo como encargada del área, tengo como objetivo aumentar las acciones, que por este año han sido más que nada de mantenimiento pero como te mencioné previamente, estamos por incorporarnos con la Donación de Sangre.

*Respecto de la ley provincial ¿Qué esperan de la misma? ¿Les produce algún cambio positivo la sanción y reglamentación de la misma?*

Esperamos que contribuya a que en la sociedad se tome consciencia de lo importante que es mirar más allá de las paredes de la propia organización, sobre todo para aquellas empresas que aún no tienen el hábito de contribuir de manera casi espontánea con la comunidad.

Viéndolo desde esta perspectiva, produce un cambio, justamente a nivel social. En cuanto a nosotros el cambio se produciría en incrementar al máximo nuestros esfuerzos para poder lograr la diferenciación, como lo hemos venido buscando hasta ahora, y lograr así ser la empresa que goce de los beneficios que otorga la ley.

*¿Ven a la RSE como costo o valor agregado? es decir, los beneficios que obtienen son mayores que los costos que les genera? En este caso: ¿Cuál es el valor agregado?*

**No nos genera costos aplicar RSE**, genera esfuerzo de coordinar algo diferente a lo que uno no está acostumbrado, pero no genera un costo, por lo menos para las cosas que nosotros estamos haciendo. Genera a lo mejor una coordinación de personal, una distribución distinta de los tiempos o una forma distinta de pensar, pero no, costos monetarios no.

Nosotros dentro de los distintos segmentos, vemos en cual podemos derivar esfuerzos para beneficiar a ese sector, y hemos podido hacer mucho sin costo.

*Entonces al aplicar RSE, ¿Creen en algún aspecto que sus ingresos se vean aumentados, o captar nuevos clientes?*

No esta medido el porcentaje de ganancias, pero si somos conscientes que las personas nos identifican con estas acciones.

*¿Qué beneficios económicos le trajo a la empresa? ¿De qué forma evalúan los resultados?*

Como beneficios económicos te puedo dar dos ejemplos. Como te mencione antes, nosotros tratamos de incentivar el consumo de nuestra empresa, personal y clientes con El Arca, mostrando que son saludables, orgánicos, que vienen directo del proveedor; por ende al no haber intermediarios conseguimos menores precios al que podemos pagar en un supermercado, entonces ahí hay una diferencia de costos que la gente puede diferenciar y así también ayudar a la cadena de pequeños productores, colaborando con la comunidad como uno de los pilares de RSE.

Lo mismo también para los uniformes, si en el centro una chaqueta sale \$200, y enviarla a hacer a un pequeño productor sale lo mismo o menos, entonces obtenemos menores costos y estamos ayudando otra vez a la comunidad. A lo mejor se van a demorar más tiempo porque no cuenta con las

maquinarias de las grandes empresas, pero siempre vuelvo a lo mismo, es cuestión de una buena coordinación a tiempo.

Somos conscientes que es mucho más fácil ir al supermercado o a un negocio acá a la vuelta, pero si uno está enfocado en querer ayudar en este proceso, tienes que ir con los pequeños productores, hablar con las modistas, saber que son más chiquitos, que se van a demorar más tiempo, pero con un poco más de planificación todo es posible, y al final gastas la misma o menos plata, y ayudas al prójimo.

Uno está solamente enfocado en inclusión social, o cuidado del medio ambiente o en donaciones, pero uno trabajando con estas organizaciones, lo que trata es reducir el agregado de valor del intermediario y que salga beneficiado alguien con más necesidades, que un supermercado.

*¿De qué manera dan a conocer su actividad?*

Por supuesto que ahora las redes sociales y páginas de internet son la principal fuente de comunicación, pero hace unos años cuando comenzamos con el Reciclado de Papel, esa información estaba impresa en las bolsas. Se enviaban las cajas grandes de cartón en donde venían los medicamentos y se enviaban a la cárcel. Allí había un pequeño taller de reciclado de papel con algunas variantes, ya que no podían utilizar guillotinas para cortar o pegamentos, pero era un taller improvisado que servía, entonces ellos reciclaban el papel y nos producían las bolsas para perfumería. Esta bolsa tenía una etiqueta que decía de donde provenían. Después este proceso se llevó a las bolsas grandes de medicamentos.

Este sistema fue difícil de mantener en el tiempo ya que hubo una época en donde cambiaban muy seguido los Directores de la cárcel, esto complicaba la coordinación del proceso, además de que en ese taller no podía trabajar cualquier recluso, tenían que ser algunos que estuvieran en la “fase de confianza” y estos rotaban bastante seguido también, o sea que la producción no era continua, hasta que finalmente se dejó de hacer, pero estuvimos con ese proyecto por más de 2 años. Esa fue la primera forma de comunicación en la bolsita.

Luego, teniendo a nuestro Director en Valos, la empresa a través de esta organización, pudo difundir mucho de sus proyectos, en donde siempre hemos participado de sus foros. Y participamos cada 15 días en los Nodos de Comunidad (dentro de Valos) que son unos nodos donde participan distintas empresas que se inscriben en el tema que le interesa (nosotros estamos en inclusión social) donde las empresas que se inscriben en un mismo tema, comparten sus proyectos y colaboran los unos con los otros para cumplir el fin propuesto.

*¿Cómo contribuyen mediante la aplicación de RSE con el medio ambiente, la sociedad, y sus propios recursos humanos, es decir, que beneficios le generan a cada uno?*

No los cubrimos a todos los segmentos en el mismo tiempo, pero si nos hemos dedicado a cada uno. Con el medio ambiente hemos estado con el reciclado de papel, con el tema de la comunidad hemos estado involucrados con la inserción laboral.

Para nuestros empleados también tenemos algunas acciones de RSE, por ejemplo con el balance entre la vida laboral y la vida personal, es decir, para el caso de los cumpleaños pueden tomarse el día libre, también para el Día del Padre o de la Madre lo mismo, siempre y cuando sea posible, debido a que al no favorecer la situación económica con un personal más ajustado, a veces no es posible, pero tratamos de respetarlo.

Es por eso que no nos dedicamos a todos los segmentos, sino en base a las posibilidades del momento, la situación que nos rodea y las oportunidades.

*¿Cuáles son sus proyectos a futuro en cuanto a RSE?*

Nuestro proyecto es colaborar con más acciones. Hasta el año pasado estuvimos manteniendo ciertos proyectos pero la consigna para este año es estar en más acciones. Gracias a los Nodos de Comunidad hemos encontrado nuevos segmentos como el de la Donación de Sangre o los que construyen casas para la gente de menos recursos. Concretamente, nuevos proyectos que no son propios pero que podemos acoplarnos al de otras empresas.

*Y como una reflexión personal para finalizar esta entrevista, ¿Recomendarías aplicar RSE?*

Lo recomiendo totalmente, primero porque no tiene ningún costo, y además es una cuestión de imaginación, creatividad y contactos. Si vos sabes que existe algún proyecto interesante, ponete en contacto, trata de ver como lo acoplas a tu empresa.

Es muy simple como funciona este proceso de RSE, siguiendo con el ejemplo de El Arca, ellos nos envían todas las semanas un mail con todos los productos que están ofreciendo, y yo simplemente reenvío ese mail a las 100 personas que trabajan en la empresa, entonces así ellos compran el bolsón de verduras todos los viernes a este pequeño productor y yo lo único que hice fue enviar un mail.

Entonces **sí lo recomiendo**, es solo ser un contacto para algo mejor. A lo mejor tendrás que disponer de un día para clasificar alimentos en el Banco de Alimentos o disponer de un día para donar sangre en La Barraca donde solo te insume media hora y te regalan un café, así que es nada más estar atentos a las oportunidades.

Una vez finalizada la entrevista, nos sorprendió algunas conclusiones a las que habíamos arribado. En un principio la expectativa fue de una conversación donde prime el factor comercial y económico sobre RSE, ventajas competitivas, etc; y concluyo al parecer, un tema más humanístico.

\* Nos enteramos de que el costo de implementarlo es nulo y hasta pueden llegar a reducir los mismos.

\* El contexto económico, político, cultural y social son factores influyentes en la aplicación de RSE.

\* Implementar RSE, no requiere de una inversión; sino una dedicación personal a la empresa donde uno trabaja, a la propia familia, a la gente con menos posibilidades, al ambiente, etc. Y como recompensa, desde el punto de vista de la empresa podrá ser captar nuevos clientes que vivan la misma filosofía; y desde el punto de vista de las personas que lo llevan a cabo será la satisfacción de saber que pueden estar ayudando a alguien que lo necesite.

### **3. PROPUESTA DE ACCIONES A EMPRESAS SOCIALMENTE DORMIDAS**

*“A veces sentimos que lo que hacemos es tan solo una gota en el mar, pero el mar sería menos si le faltara una gota”.*

Madre Teresa de Calcuta.

En función a todo el material recopilado durante nuestra investigación, vemos importante que nosotros mismos promovamos ciertas prácticas, para eliminar mitos y barreras a la hora de implementar acciones responsables, ya que el factor económico no tiene relevancia en el asunto, sino la simple organización, planificación y compromiso en los procesos administrativos y productivos.

Nos acercamos a una empresa reprimida en el tema por ciertas dudas y temores que tienen al aplicar estas políticas sustentables, y quisimos transmitir nuestro aprendizaje con este trabajo, demostrando que todo el asunto no es tan complejo.

La empresa, una destacada joyería de trayectoria en la provincia, fue muy abierta y flexible durante el diálogo y notamos un cierto atractivo e interés por parte de ella sobre el tema. Como resultado de esto, pudimos llevar a cabo ciertas propuestas que no producen cambios significativos en los procesos, costos y relaciones del ente, y que sin duda producen una diferencia social.

**SOCIAL**

- Comprometerse con una institución y apadrinarla a través de productos que el ente comercializa.
- Donación anual por medio de colectas para gente necesitada de la comunidad que la rodea.
- Darle la oportunidad a pequeños productores para adquirir suministros necesitados por el ente.
- Incentivar a los empleados a llevar a cabo prácticas sustentables.
- Mantener satisfecho al personal mediante incentivos constantes, no sólo económicos, sino también personales. Por ejemplo, reconocer el esfuerzo mayor al esperado
- Fomentar la sana competencia.
- Crear vacantes para personas con capacidades diferentes.

### **AMBIENTAL**

- Clasificar residuos
- Incrementar el uso de material reciclado, o no contaminante en el packaging, por ejemplo, utilizar bolsas de papel en vez de bolsas de nylon.
- Disminuir el uso de vehículos particulares en distancias que así no lo ameriten.
- Uso responsable de agua y energía.
- Generar y promover espacios verdes que oxigenen el aire.

### **ECONÓMICO**

- Reconocer que estas prácticas no generan mayores costos al ente
- El efecto marketing de la aplicación de estas prácticas saludables genera una mayor captación de consumidores socialmente responsables, lo que se traduce en un mayor intangible.
- Obtener mejores precios de pequeños productores, lo que permite a su vez inflar en menor porcentaje el precio de venta de modo que sea más accesible al público.

Finalizada la reunión, nos transmitieron su interés por destinar parte de su tiempo a establecer políticas tendientes a contribuir con estos cambios, ir generando un cierto hábito en el personal, creando de algún modo una atracción por parte de los mismos, para que pueda inclinarse el ente a ser socialmente responsable y por otro lado que se genere el efecto boca en boca para ir empapando a distintas personas en el tema.

## **CONCLUSIÓN**

A lo largo del desarrollo del presente trabajo se logró conocer el impacto que produce en la actualidad el compromiso organizacional con la sociedad. Se logró determinar que no sólo son importantes los objetivos internos de la organización, sino también su traducción en términos sociales

y ambientales mucho más fuertes para generar un cambio en el mundo, reconociendo que con pequeños esfuerzos y colaboración puede lograrse una gran hazaña.

Se pudo constatar que no existen conceptos universales de responsabilidad social, y que son muchos los organismos que se han esforzado en desarrollar definiciones y principios que sirvan de guía para una correcta implementación de estas prácticas.

La responsabilidad social no debe tratarse como algo ajeno a la empresa, sino que por el contrario se considera algo muy interno de la misma, que forma parte de la estrategia, la gestión y el desenvolvimiento de la organización.

Las empresas tienen una participación activa en la sociedad, en miras a mejorar la calidad de vida de los miembros de la misma y a preservar el medio ambiente. Por ello podemos establecer que la aplicación de RSE es el resultado de un intercambio que se produce entre la empresa y la sociedad, generándose así beneficios recíprocos.

El concepto de RSE puede ser aplicado por cualquier tipo de empresa, y si bien es optativo, no es recomendable eludirla, ya que la tendencia actual exige este compromiso, no solo para beneficios propios, sino también para mantener una empresa sustentable en el tiempo, tener competitividad, status y un mejor posicionamiento.

Nuestro objetivo con este trabajo fue determinar si la aplicación de políticas socialmente responsables genera o no beneficios económicos. Atendiendo al mismo, nos adentramos en la sociedad, interactuamos con empresas y con público diversificado, evaluando qué tanto se conocía del tema y de sus beneficios, obtuvimos respuestas de lo más variadas, y mediante análisis y estadísticas pudimos determinar que no sólo produce beneficios económicos, sino que hoy en día es casi indispensable estar comprometido socialmente para lograr una diferenciación, por lo que también se producen beneficios sociales para el ente y la sociedad, y beneficios ambientales.

Consideramos como un asunto pendiente para estudios posteriores determinar en términos monetarios qué costo genera la aplicación de RSE, y su impacto en los resultados de un ente, ya que en la mayoría de los casos, no se encuentra discriminado en la contabilidad de las empresas.

Con todo lo antedicho podemos concluir que estas acciones que realizan las empresas y con las cuales se encuentran comprometidas van más allá de determinar costos o ingresos, o bien el impacto que produce en su economía, sino que lo que realmente buscan, el fin último de su accionar es contribuir desde su lugar y lograr así vivir en un mundo mejor.

## **GLOSARIO**

**B**

*Benchmarking*: Analizar lo que están haciendo otras empresas de la industria a nivel nacional e internacional, para ver en qué temas están y saber si el ente está abordando los temas más importantes.

**F**

*Filantropía empresarial*: Diseño y puesta en marcha de acciones que intentan reconocer la importancia del contexto y la necesidad de actuar sobre este. Perspectiva asistencialista buscar otro concepto mejor.

G

*GRI* (Global Reporting Initiative): es un conjunto de principios para elaborar memorias de sostenibilidad que tienen como finalidad definir el contenido de esas memorias y garantizar la calidad de la información divulgada. También incluye los denominados “Contenidos básicos”, que están formados por los indicadores de desempeño y otros apartados, así como una serie de pautas sobre aspectos técnicos relacionados con la elaboración de memorias. Se trata de un buen modelo de referencia aunque requiere un grado de sofisticación en la información a reportar que resulta difícil de seguir para la mayoría.

T

*Triple Cuenta de Resultados / Triple Bottom Line*: es un término de negocios sustentables que hace referencia al desempeño de una empresa expresado en tres dimensiones: económica, ambiental y social. Su origen en inglés (triple bottom line) hace alusión al resultado neto expresado en el último renglón del estado de resultados contables.

## **BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA**

BONILLA, L. (2011). “*El observador económico. Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial*”,. Managua, Nicaragua

GERMAN AGENCY FOR TECHNICAL COOPERATION. NU. CEPAL (2004) “*Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: Una visión empresarial*”, Santiago de Chile: Serie 85 Medio Ambiente y Desarrollo, 81 páginas.

INSTITUTO GALLUP DE LA ARGENTINA UNIVERSIDAD DE SAN ANDRÉS (1998) “*Estudio de Filantropía Empresarial*”. Argentina.

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

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

LARA MONSERRAT BLAS (2011) “*La Gestión de la Comunicación en el Tercer Sector*, 1era Edición, Editorial ESIC. Madrid, España.

MURO A. (2003) “*Responsabilidad Social Corporativa en la Argentina*,” IEMA. Buenos Aires, Argentina.

PONCE TALANCÓN (2006) “*Contribuciones a la Economía*”, revista académica con el Número Internacional Normalizado de Publicaciones Seriadas ISSN 16968360. Argentina.

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

STANTON, ETZEL y WALKER (2004) “*Fundamentos de Marketing*”, 13a Edición, Editorial McGraw Hill, 2004, Pág. 668.

THOMPSON A. y STRICKLAND J. (2001) “*Administración Estratégica Conceptos y Casos*”, 11va. Edición, Editorial Mc Graw Hill, Pág. 4.

## **PÁGINAS WEB CONSULTADAS**

BALANCE SOCIAL <http://www.balancesocial.com/>

BARCO SOUSA (2015) “*RSE y Creación de valor compartido*”. Recuperado en:  
<http://www.responsabilidadsocialempresarial.com/?p=346>

CEADS [www.ceads.org.ar](http://www.ceads.org.ar)

CENTRARSE “*Los siete ejes de la RSE*”. Recuperado de:

[http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Los\\_7\\_Ejes\\_de\\_la\\_RSE.pdf](http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Los_7_Ejes_de_la_RSE.pdf) (2006)

COMUNICARSE “*Comunicación de Responsabilidad y Sustentabilidad Empresaria*” Recuperado de:

<http://comunicarseweb.com.ar>

DERECHOS HUMANOS [www.humanorights.com](http://www.humanorights.com)

ESCUELA DE MEDIO AMBIENTE “*Responsabilidad Social Corporativa*”

<http://www.escuelademedioambiente.com/documentos/responsabilidad-social-corporativa.pdf>

EXPOKS (2009) “*Historia de la Responsabilidad Social*” (en línea). Recuperado en:

<http://www.expoknews.com/historia-de-la-responsabilidad-social/>

GELDRES, RUSQUE, PINTO Y ETCHEBARNE (2011). “Responsabilidad Social Empresaria a mediados del siglo XX en Chile.”

[http://www.academia.edu/1821933/Responsabilidad\\_Social\\_Empresarial\\_a\\_mediados\\_del\\_Siglo\\_XX\\_en\\_Chile](http://www.academia.edu/1821933/Responsabilidad_Social_Empresarial_a_mediados_del_Siglo_XX_en_Chile)

GESTIÓN.ORG [www.gestion.org](http://www.gestion.org)

GUIOTECA “*Siete buenas prácticas para hacer RSE*” Recuperado de:

<http://www.guioteca.com/rse/consumidores-7-buenas-practicas-para-hacer-rse/> (09/2014)

GUIOTECA “*Reporte de Sustentabilidad y sus Beneficios*”. Recuperado de:

<http://www.guioteca.com/rse/reporte-de-sustentabilidad-como-hacerlo-y-sus-beneficios/> (04/2014)

INSTITUTO ETHOS “*Indicadores Ethos de RSE*”. Recuperado de:

[http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0-A-bbe2011\\_Indic\\_ETHOS\\_ESP.pdf](http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0-A-bbe2011_Indic_ETHOS_ESP.pdf) (2011)

ISO [www.iso.org](http://www.iso.org)

KP GROUP, CONSULTORIA Y DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS. “*¿De qué hablamos*

*cuando hablamos de RSE?”* Recuperado de: [http://www.kp-group.com.ar/articulos/de\\_que\\_hablamos\\_cuando\\_hablamos\\_de\\_RSE.pdf](http://www.kp-group.com.ar/articulos/de_que_hablamos_cuando_hablamos_de_RSE.pdf)

LA BIOGUIA [www.labioguia.com](http://www.labioguia.com)

MATRIZ FODA [www.matrizfoda.com](http://www.matrizfoda.com)

MILBERG, PALADINO, VASSOLO “*Revisión de la Responsabilidad Social Empresaria en Argentina.*” Recuperado de: <http://www.gestionsocial.org/archivos/00000011/RSE.pdf> (2012)

MISIÓN Y VISIÓN (2006) [www.promonegocios.net](http://www.promonegocios.net)

MURO A. “*Responsabilidad Social Corporativa en Argentina.*” Recuperado de: <http://www.intersindical.com/pdf/RSE%20en%20Arg.pdf> (2003)

PACTO GLOBAL [www.pactoglobal.org.ar](http://www.pactoglobal.org.ar)

PROMENDOZA [www.promendoza.com](http://www.promendoza.com)

SENA (2012) “*Proyecto Responsabilidad Social Corporativa*” Recuperado en: <http://responsabilidadsocialcorporativa.blogspot.com.ar/2012/09/matriz-dofa-en-la-rsc.html>

RIVADENEIRA M. y DE MARCO M. “*Balance Social: Una Medida de Responsabilidad Social Empresaria*” Recuperado de: <http://www.econ.uba.ar>

VIVES A. “*La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina.*” Recuperado de: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=36193698> (05/2011)

**Declaración Jurada Resolución 212/99-CD**

“El autor de este trabajo declara que fue elaborado sin utilizar ningún otro material que no haya dado a conocer en las referencias, que nunca fue presentado para su evaluación en carreras universitarias y que no transgredí o afecta derecho de terceros”

Mendoza, 15 de Febrero de 2016.

Apellido y Nombre	Nº Registro	Firma
Gattás, María Julia	26155	
Igarzabal, Federico	25757	
Ostropolsky, Alfredo Ariel	26309	