



UNIVERSIDADES ARGENTINAS GENERANDO IMPACTO EN LA GESTIÓN DE RSE DE LAS PYMES

Área temática: Casos Nacionales

IV Simposio Internacional De Responsabilidad Social De Las Organizaciones (SIRSO)

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS (USTA)

29 y 30 de Septiembre, 2016 Bogotá – COLOMBIA

Prof. Ing. Laguto Sebastián; Esp. Ing. Santangelo Juan Carlos; Msc. Ing. Varriano Nicolás

Argentina – Universidad Tecnológica Nacional – Facultad Regional La Plata

slaguto@frlp.utn.edu.ar

Resumen

El presente trabajo es el resultado del análisis de la información relevada durante las últimas tres ediciones del Premio a la RSE del Gran La Plata, organizado conjuntamente por la UTN Regional La Plata y la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata. Los objetivos son presentar el estado actual de gestión de la RSE en las Pymes de la región que han participado del certamen; y compartir los principales logros en la promoción de la RSE en la región. La información ha sido relevada por el equipo organizador del premio, a través de entrevistas personales con los directivos de las empresas participantes. Durante las entrevistas se completó un formulario con 26 indicadores estructurados en los pilares de la RSE (Ética – Empleados – Proveedores – Clientes – Medio Ambiente – Comunidad), permitiendo conocer el grado de avance de cada empresa en los distintos aspectos de su gestión. Los indicadores utilizados son producto de la adaptación al contexto local de una serie de indicadores para pymes propuesto por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) y el Instituto Ethos de Brasil. Se realiza un análisis comparativo y conclusiones.

Como resultado de la organización y actividades asociadas al Premio a la RSE del Gran La Plata, se evidencia un marcado avance en la implementación de metodologías de gestión sustentable por parte del conjunto de las empresas participantes, y el impacto concreto de la extensión universitaria en el medio socio productivo local.

Palabras Clave: Premio a la RSE del Gran La Plata; Responsabilidad Social Empresaria; Gestión Sustentable; Pymes.

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es el resultado del análisis de la información relevada durante las últimas tres ediciones del Premio a la RSE del Gran La Plata, organizado conjuntamente por la UTN Regional La Plata y la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata.

Para poder desarrollar dicha actividad fue de vital importancia el apoyo institucional otorgado por las siguientes cámaras de empresas que nos han apoyado durante el desarrollo de la actividad desde el inicio.

- Unión Industrial del Gran La Plata (UIGLP¹).
- Cámara La Plata Oeste (CALPO²).
- Federación Empresaria de La Plata (FELP³).

2. PREMIO A LA RSE

2.1 Descripción General

El premio a la RSE nace en el año 2012 como iniciativa del Grupo de Responsabilidad Social Institucional (RESIN) de la UTN Regional La Plata, y su I Edición fue entregada en el marco del evento “Universidad: Usina de Responsabilidad Social” en el que toda la comunidad universitaria y una gran representación de la sociedad civil se hicieron presentes. En el mismo se contó con la disertación especial del Dr. Bernardo Kliksberg, quien fuera nombrado como Director Honorario del Grupo RESIN. El relevamiento de empresas se realizó en forma personal por miembros del Grupo RESIN y se otorgó el premio en función de “acciones destacadas” de RSE.

A partir del año 2013, se unen en ésta iniciativa los miembros del Proyecto de Extensión Observatorio de Responsabilidad Social de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata. A partir de esta unión, se revisan las bases y condiciones del premio y se hacen adaptaciones a la metodología de evaluación.

En Octubre de 2014 se firmó un convenio entre la UTN Regional La Plata y la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Entre Ríos de la ciudad de Paraná, para la entrega conjunta también en su región, por lo que en 2015 el Premio a la RSE será entregado en forma simultánea en Paraná (ER) y La Plata (BA).

2.2 Objetivos⁴:

- Reconocer y premiar las empresas e instituciones que estén avanzando decididamente hacia la incorporación de la Responsabilidad Social Empresaria a su estrategia organizacional;

¹ <http://www.uiglp.org.ar/>

² <http://camaralaplataoeste.blogspot.com.ar/>

³ <https://www.facebook.com/FELP-Federaci%C3%B3n-Empresaria-de-La-Plata-493966680681315/timeline/>

⁴ Se mencionan los objetivos del Premio a la RSE, según las Bases y Condiciones, pero también existen objetivos pedagógicos, ya que el relevamiento se realiza en conjunto con alumnos becarios y los resultados son discutidos en las aulas (Cátedra de Responsabilidad Social – UTN; y Programa Amartya Sen – UNLP)

- Fomentar el trabajo mancomunado de empresas, organizaciones de la sociedad civil, universidades y estado en busca del bien común;
- Transmitir los fundamentos de la Responsabilidad Social Empresaria, fomentando un nuevo paradigma en la gestión de organizaciones;
- Fomentar el uso "Buenas Prácticas" a través de la incorporación de herramientas útiles en el trabajo cotidiano como son los indicadores de sustentabilidad y de mejora que permitan implementar adecuadamente programas de gestión de Responsabilidad Social.

2.3 Destinatarios:

Participantes del Premio a la RSE en el Gran La Plata; Cámaras Empresarias; Asociaciones Sindicales; Instituciones Académicas; Organismos Públicos; ONG's y toda aquella persona y organización interesada en la Responsabilidad Social como impulsor de una Gestión Sustentable.

2.4 Difusión:

Las empresas e instituciones ganadoras obtienen el reconocimiento público a nivel local exaltando la labor desempeñada.

2.5 Acompañamiento:

Las empresas e instituciones ganadoras recibirán durante el año de vigencia del premio, el acompañamiento de las universidades organizadoras para impulsar programas y proyectos que desarrollen en Responsabilidad Social.

2.6 Informe de Evaluación:

Toda organización que participe del Premio es evaluada objetiva y profesionalmente por un conjunto de especialistas en la materia y recibe, independientemente del resultado del concurso, un Informe de Evaluación donde se indican claramente las fortalezas y aspectos a mejorar en materia de compromiso sustentable detectados por los examinadores para cada uno de los ejes de evaluación.

La evaluación es tanto cuantitativa como cualitativa. La evaluación cuantitativa prevee convertirse en una herramienta de gestión de RSE para cada empresa, ya que las mismas podrán evaluar año a año su desempeño, comparando sus resultados con el conjunto de las empresas participantes. El informe cuantitativo es una tabla en donde se observan los puntajes obtenidos en cada grupo de indicadores y su comparación con el promedio y el máximo del certamen (no necesariamente el ganador). A continuación un ejemplo de un informe de la edición 2014 (Tabla 1).

| <p>Los resultados expresados a continuación indican la evaluación recibida por su empresa. Los datos están expresados como porcentaje respecto del máximo establecido por el Grupo Organizador del Premio a la RSE para cada categoría. También podrá realizar una comparación de su situación respecto del promedio de los participantes y de los mejores en cada categoría.</p> | | Promedio III Edición | Máximo III Edición |
|---|-------------|----------------------|--------------------|
| Medio Ambiente | 74% | 34% | 74% |
| 1) ¿Tienen identificados los impactos de su actividad y aplican medidas para minimizarlos? | 70% | 53% | 100% |
| 2) ¿Tienen política de clasificación de residuos en origen? | 100% | 53% | 100% |
| 3) ¿Cuentan con una política explícita sobre consumo responsable de energías? | 45% | 25% | 45% |
| 4) ¿Cuentan con una política explícita sobre consumo responsable de insumos? | 45% | 25% | 45% |
| 5) ¿Realiza iniciativas para mitigar los impactos que generan sus productos/servicios? | 100% | 22% | 100% |
| Gestión de Proveedores | 9% | 29% | 59% |
| 1) Prioriza la contratación de proveedores con RSE? | 45% | 47% | 100% |
| 2) Orienta a los proveedores sobre la RSE? | 0% | 30% | 45% |
| 3) Incluye entre sus proveedores individuos o grupos de la comunidad... (poblaciones nativas, personas con discapacidad etc.). | 0% | 22% | 100% |
| 4) ¿La empresa busca tener como proveedores a cooperativas, micro emprendimientos u otros para promover el desarrollo local? | 0% | 22% | 100% |
| Capital Humano | 81% | 56% | 81% |
| 1) ¿Promueve la formación y desarrollo de sus empleados con capacitaciones? | 100% | 100% | 100% |
| 2) ¿Cómo define el nivel de remuneraciones de su empresa? | 100% | 82% | 100% |
| 3) ¿Realiza habitualmente encuestas de clima laboral para promover un ambiente de trabajo agradable y viabilizar diálogo con su empleados? | 100% | 28% | 100% |
| 4) ¿La Selección de Personal se realiza en base a criterios objetivos sin discriminación de géneros, raza, edad, discapacidad, etc.? | 45% | 45% | 45% |
| 5) ¿Cuenta con una política que permitan al personal jubilado colaborar, aportando sus conocimientos y experiencia? | 0% | 10% | 45% |
| Relaciones con la Comunidad | 55% | 50% | 73% |
| 1) ¿Tiene relaciones o alianzas con organizaciones locales? | 75% | 75% | 100% |
| 2) ¿Realiza actividades que colaboren con el desarrollo local ...? | 0% | 48% | 100% |
| 3) ¿Hace partícipe a los empleados de la empresa en actividades de la empresa con ONGs? | 45% | 35% | 45% |
| 4) ¿Participa en actividades donde puede intercambiar ideas, actualizarse, buscar mejoras con empresas de la misma o de diferente actividad? | 100% | 41% | 100% |
| Ética, Valores y Transparencia en la Gestión. | 74% | 35% | 74% |
| 1) La empresa posee de forma tácita o implícita, de manera clara y bien definida, los valores y principios que deben guiar el comportamiento de sus empleados frente a clientes y proveedores, y en sus relaciones interpersonales. | 100% | 58% | 100% |
| 2) ¿Se prohíbe recibir cobros que atenten contra la integridad ética de las operaciones... | 45% | 46% | 100% |
| 3) ¿Tiene identificados a sus Grupos de Interés, y los ha agrupado ... gestionar ... involucramiento con los mismos? | 100% | 31% | 100% |
| 4) ¿Ha emitido Balances Sociales o Reportes de Sustentabilidad? | 50% | 17% | 100% |
| Clientes | 100% | 73% | 100% |
| 1) ¿Existe una comunicación clara y efectiva con los clientes?. Brindando información sobre los distintos medios de contacto. Como servicios de atención a clientes, posventas, etc. | 100% | 89% | 100% |
| 2) ¿Hay un espacio de sugerencias, consultas, quejas y/o reclamos a donde puedan acceder los clientes para expresarse? | 100% | 89% | 100% |
| 3) ¿Se toma esa información para mejorar procesos, brindar soluciones y perfeccionar las actividades? | 100% | 76% | 100% |
| 4) ¿Realiza acciones de I+D para minimizar el impacto que generan sus productos y/o servicios? | 100% | 48% | 100% |

Tabla 1: Informe Cuantitativo.

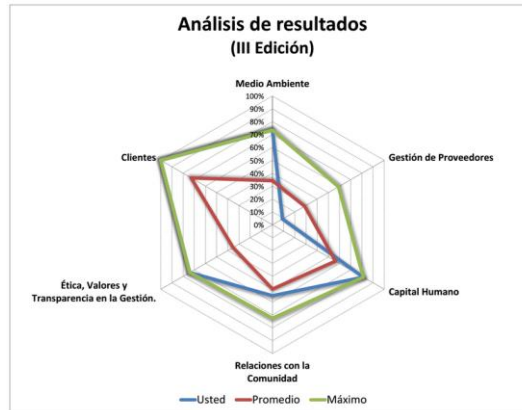


Gráfico 1: Gráfico Informe Cuantitativo.

La evaluación cualitativa, es preparada por el equipo evaluador que asistió a la entrevista personal con la empresa participante y que verificó el nivel de aplicación de cada ítem evaluado. Se realizan comentarios generales respecto de lo relevado y recomendaciones generales para mejorar el desempeño en RSE en cada área.

3. ANALISIS DE RESULTADOS

3.1 Comentarios preliminares.

Se analizarán los datos de las ediciones II y III del Premio a la RSE correspondientes a los años 2013 y 2014 respectivamente. Dichos datos son puestos en perspectiva respecto del relevamiento cualitativo de la primera edición, por no contar con una grilla de evaluación cuantitativa que pueda ser comparada con las ediciones posteriores.

En el año 2014 se realizó una modificación (mejora) en la grilla de evaluación, respecto del año anterior tomando como referencia los indicadores de RSE para Pymes⁵ publicados por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE) y el Instituto Ethos de Brasil.

Para que los resultados de ambas ediciones resulten comparables, se optó por representar los valores obtenidos como porcentaje respecto del máximo en cada eje, para cada edición.

3.2 Análisis de frecuencia

Para realizar un análisis con los resultados comparados de ambas ediciones, se prepararon una serie de gráficos de frecuencia, en los que se representan la cantidad porcentual de participantes que obtuvieron calificaciones en cada rango, respecto del máximo posible (expresado en porcentaje).

El análisis se divide en “aspectos externos”; “aspectos internos” y “cadena de valor”

⁵ www.iarse.org – www.ethos.org.br

3.2.1 Aspectos externos.

Según los resultados del proyecto de investigación “Alcance y Desarrollo de la RSE en el Gran La Plata” (PIDUTN1206), las empresas de la región asocian la idea de RSE en acciones de cuidado del medio ambiente y donaciones a la comunidad, no comprendiendo a la RSE como una forma de gestión que abarca a la totalidad de la empresa.

Sin embargo, según se muestra en el “gráfico 2”, solo un 4% de los participantes obtuvieron una calificación entre el 80 y 100% del puntaje máximo. Situando el nivel de desarrollo en la región en un valor intermedio (73% de las empresas se sitúan por debajo del 60% de la calificación máxima). Se observa que la mayor parte de las empresas solo se limita al cumplimiento de la normativa, siendo muy pocas las que llevan adelante medidas proactivas de mitigación y reducción de impactos ambientales.

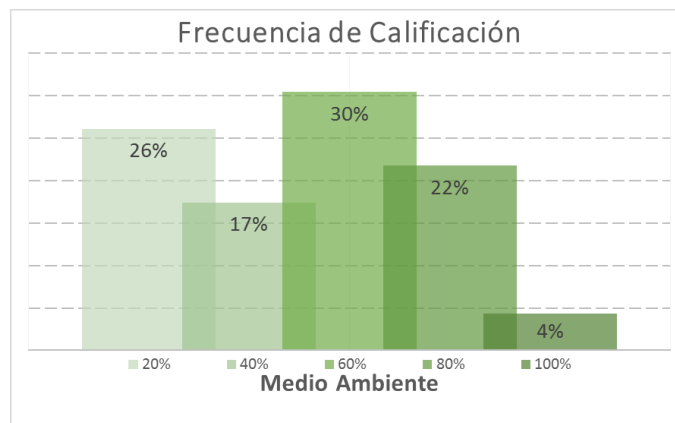


Gráfico 2: Análisis de Frecuencia – Medio Ambiente.

En el “gráfico 3” se observa la distribución de calificaciones obtenidas respecto de las relaciones con la comunidad. Podemos observar que el desarrollo de éste aspecto, podemos ver que el 65% de las empresas participantes se encuentran con calificaciones inferiores al 60% del máximo posible. Sin embargo existe una leve mejora respecto del indicador anterior (Medio Ambiente), ya que un 35% de las empresas han obtenido calificaciones superiores al 60%. No obstante, solo el 9% obtuvo calificaciones superiores al 80%.

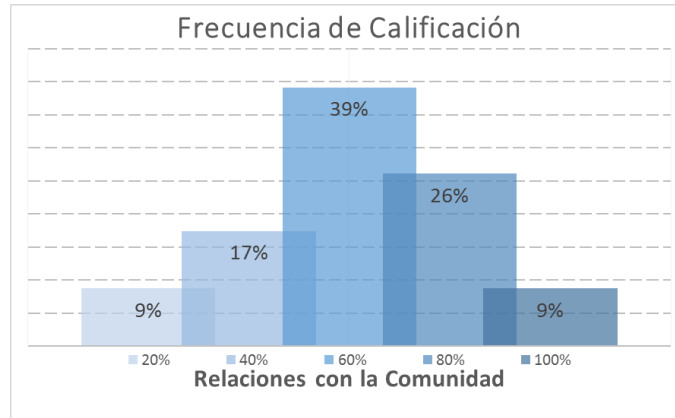


Gráfico 3: Análisis de Frecuencia – Relaciones con la comunidad.

Según el relevamiento cualitativo realizado en las tres (3) ediciones, se observan actividades de colaboración con la comunidad muy importantes como construcción de viviendas para empleados, alfabetización, ayuda con adicciones, etc. Sin embargo estas acciones nacen del compromiso personal de los empresarios, no tienen ninguna vinculación con la estrategia de la empresa.

Según algunas conclusiones preliminares obtenidas el 9 de septiembre de 2015, en la jornada World Café organizada conjuntamente con la Unión Industrial del Gran La Plata, se puede observar que los empresarios consideran al cuidado del medio ambiente y las relaciones con la comunidad como un “gasto”. Pudiendo esto explicar, en parte, los resultados obtenidos.

3.2.2 Cadena de Valor.

En el gráfico 4 se observa que el nivel de desarrollo de la Gestión de la RSE “aguas abajo” de la empresa (relación con eslabones anteriores de la cadena de valor) es muy baja. El 100% de las empresas se encuentra por debajo del 60% de la calificación máxima posible, siendo el 43% de las empresas calificadas entre el 20 y el 40%.

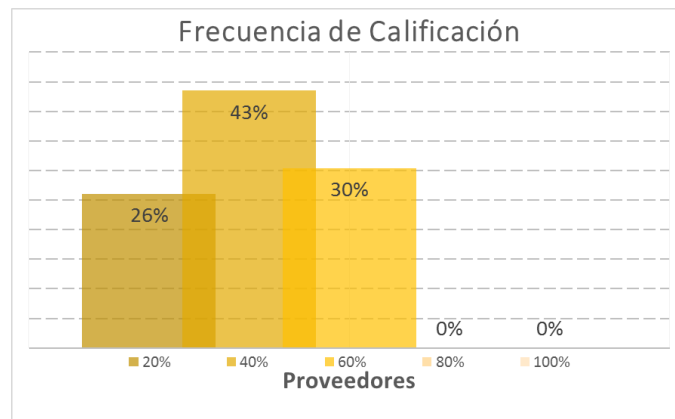


Gráfico 4: Análisis de Frecuencia – Proveedores.

En el gráfico 5 se observa que el nivel de prácticas responsables con clientes tiene un nivel de desarrollo superior. El 56% de las empresas obtuvieron resultados por sobre el 60% de la calificación máxima y el rango entre el 80 y el 100% es el que mayor cantidad de empresas han obtenido (30%).

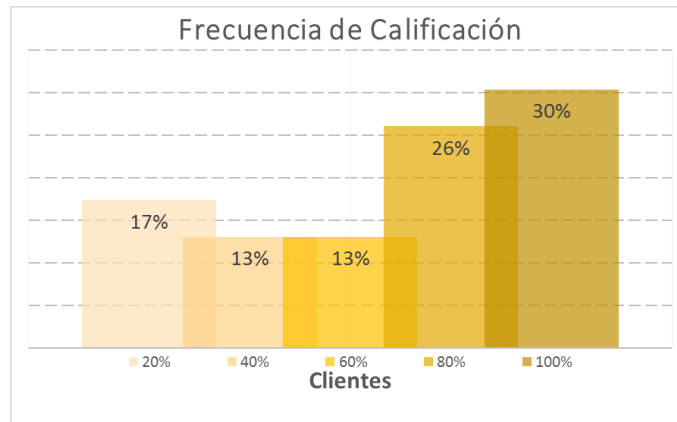


Gráfico 5: Análisis de Frecuencia – Clientes.

Aquí hay que indicar que la mayor parte de las empresas participantes son proveedoras de grandes empresas de la región (YPF – ALUAR – SIDERAR). Dichas empresas están trabajando fuertemente en RSE desde hace tiempo y promueven la RSE en su cadena de valor. Eso puede explicar en buena parte el nivel de desarrollo en éste punto.

Podemos agregar que las empresas no identificaban acciones de desarrollo de productos amigables con el medio ambiente, y/o generadoras de ahorros para los clientes. Es así, por ejemplo, que la empresa ganadora de la I Edición, había desarrollado productos una variedad importante de productos que permitían el ahorro energético y de materiales para construcción para sus clientes, pero no conocían la relación que éstas iniciativas tenían con su RS como empresa.

3.2.2 Aspectos Internos.

Según los resultados del proyecto de investigación “Alcance y Desarrollo de la RSE en el Gran La Plata” (PIDUTN1206⁶), las empresas de la región asocian la idea de RSE en acciones de cuidado del medio ambiente y donaciones a la comunidad, no comprendiendo a la RSE como una forma de gestión que abarca a la totalidad de la empresa. Sin embargo, se puede observar que existe un nivel bueno de implementación de prácticas asociadas con la RSE en las relaciones con el personal de las empresas participantes (gráfico 6).

Los resultados positivos en este aspecto, y de acuerdo a lo relevado en las 3 ediciones del premio, tienen su raíz en el compromiso de los empresarios con su gente, que en muchos casos son vecinos y con relaciones de estabilidad laboral de muchos años. Los empresarios se comprometen en forma

⁶ Proyecto de investigación del Grupo RESIN de la UTN FRLP, finalizado en 2012.

activa con la creación de condiciones de trabajo que promuevan su desarrollo, protejan su seguridad y eviten actos discriminatorios

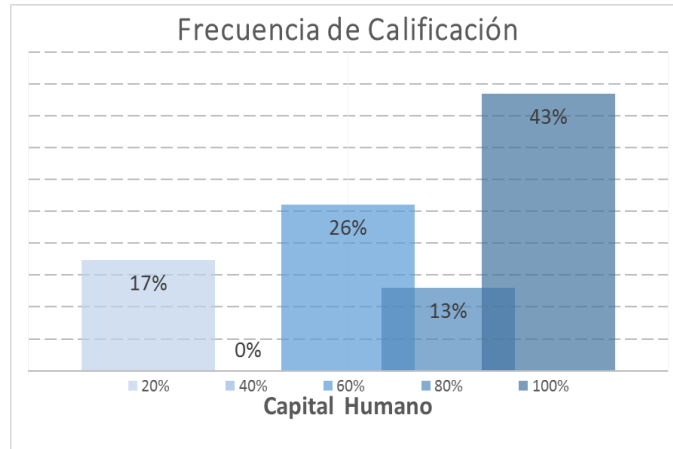


Gráfico 6: Análisis de Frecuencia – Capital Humano.

El gráfico 7 es el más difícil de analizar, ya que se han introducido cambios significativos entre las tres (3) ediciones del Premio a la RSE. En el año 2014 se incluyeron como puntos de la evaluación la gestión de las relaciones con los grupos de interés, y la emisión de Reportes de Sustentabilidad.

Se puede decir, a nivel general que todas las empresas cuentan con códigos de ética, sin embargo no cuentan con sistemas de gestión que promuevan una gobernanza ética.

Dos empresas de la región cuentan con sistemas de gestión integrados que incorporan lineamientos de RSE, y solo una cuenta con una matriz de grupos de interés y políticas de involucramiento con los mismos (año 2014).

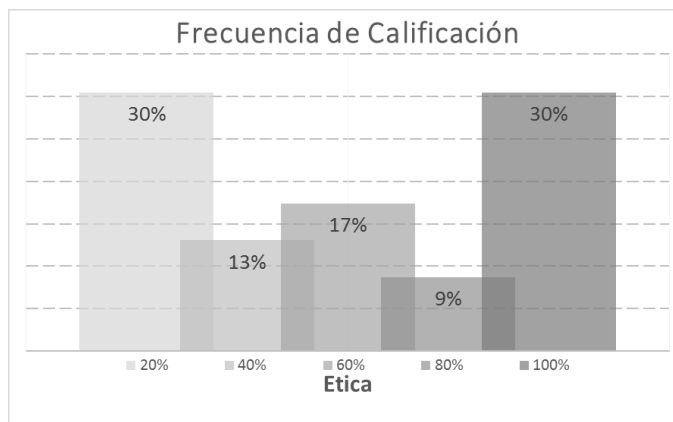


Gráfico 7: Análisis de Frecuencia – Ética.

3.3 Análisis General.

A continuación se muestra (Gráfico 8) los estados de situación de la RSE en la II y III Edición del Premio a la RSE.

Los gráficos representan, en línea color naranja el área comprendida por las máximas calificaciones obtenidas por algún participante y en línea azul el área de desarrollo promedio en cada eje.

Se puede observar que el área naranja reduce su superficie en 2014, debido a que se adoptaron indicadores más exigentes para la evaluación.

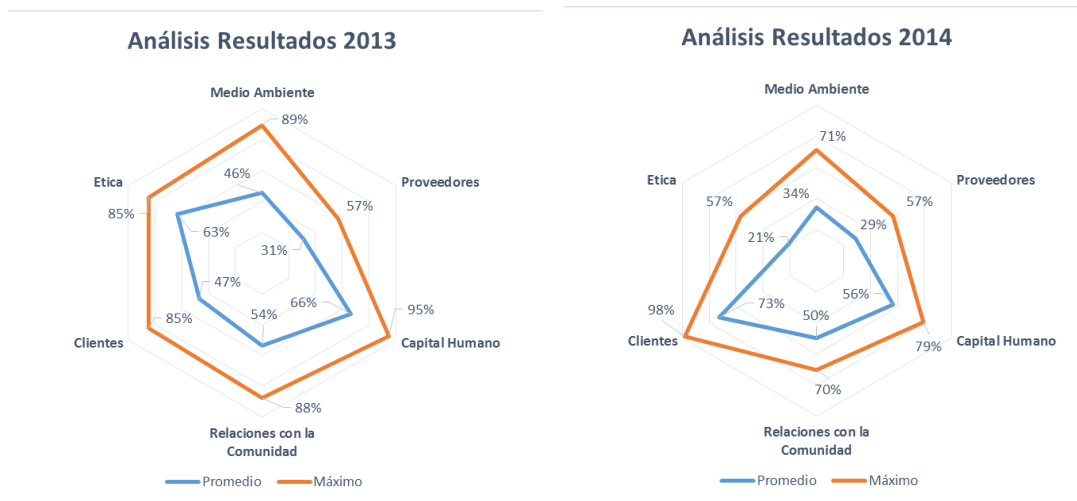


Gráfico 8: Situación general de la RSE, años 2013 y 2014.

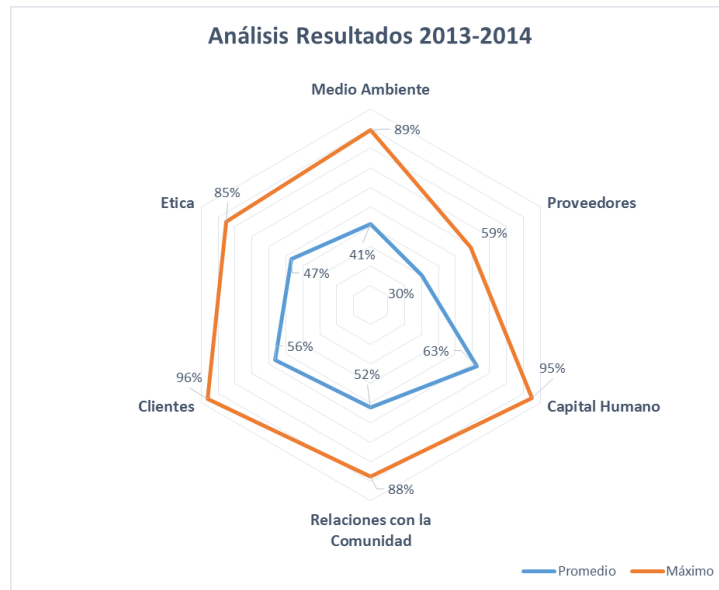


Gráfico 9: Análisis consolidado.

En el gráfico 9 se puede observar que el vector de menor desarrollo es claramente el que evalúa la promoción de la RSE en la cadena de valor “aguas abajo” (proveedores). Las empresas no han comprendido aún la importancia de promover la RSE hacia sus proveedores, y en algunos casos lo consideran inútil (conclusiones preliminares World Cadé RSE, mesa “cadena de valor”).

El eje de ética se encuentra influenciado por los altos resultados del 2013, debido a menor nivel de exigencia respecto de 2014. Por tal motivo, consideramos más representativo el resultado mostrado en el gráfico 8 – año 2014 (57% máximo – 21% promedio).

Se evidencia la dispersión existente entre el promedio de participantes y las mejores prácticas evaluadas⁷, lo que muestra que la gestión de la RSE se encuentra en un proceso de desarrollo inicial. Si el desarrollo estuviera en una etapa de madurez, no debería existir una dispersión tan importante.

Puede identificarse como oportunidad, la divulgación de las mejores prácticas identificadas para promover su adopción por los participantes del premio, teniendo como resultado esperable el aumento del área resultante como promedio de las calificaciones de los participantes (gráficos 8 y 9)

4. CONCLUSIONES

La realización del Premio a la RSE del Gran La Plata ha sido una poderosa herramienta de Responsabilidad Social Universitaria⁸, por tener vinculación con los impactos cognitivos (investigación⁹), formación académica¹⁰, y extensión¹¹ (vinculación tecnológica). Por otro lado, se convierte en una herramienta de gestión (benchmarking) para las empresas participantes.

Existe un alto potencial de impacto en el desarrollo de la RSE en la región, mediante la promoción de las mejores prácticas detectadas, pudiendo ampliar el nivel de desarrollo desde la región promedio (gráfico 9), hasta la zona de color naranja del mismo gráfico.

Existe un potencial de extender la metodología a otras regiones del país, pudiendo potenciar el impacto de la actividad, y posibilitando la institución de un premio a nivel regional o nacional.

El apoyo de las empresas y cámaras empresarias de la región ha sido de suma importancia, sin lo cual no se podría haber desarrollado en forma exitosa la actividad.

5. REFERENCIAS

- Ethos, IARSE (2013). **Indicadores Ethos – IARSE para negocios sustentables y responsables**. ISBN: 978-987-22353-6-9
- Santángelo, Laguto y Otros (2010). **Alicance y Desarrollo de la RSE en el Gran La Plata**. PIDUTN1206.

⁷ La línea color naranja no representa el resultado de ningún participante en particular, sino que sería el potencial de desarrollo si todos ellos adoptaran las mejores prácticas relevadas.

⁸ Vallaes 2008

⁹ Dos proyectos de investigación en curso.

¹⁰ Cátedra de Responsabilidad Social Institucional (UTN) y Programa Amartya Sen (UNLP)

¹¹ Proyectos de Extensión UNLP. Grupos RESIN.

- Vallaey y Otros (2009). **Responsabilidad Social Universitaria – Manual de Primeros Pasos**. McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V. ISBN: 978-1-59782-082-0

6. AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a todas las instituciones que nos dieron su apoyo



Fundación **MEDIHOME**
para la integración



ASOCIACIÓN CIVIL
BARRIOS DEL PLATA
grameen