

Universidad Siglo 21



Carrera: Contador Público

Trabajo Final de Grado

Manuscrito Científico

La generacion de informacion para la gestión bajo la mirada de la RSE

“La implementación de la RSE como estrategia de negocio en las Pymes”

**“The implementation of corporate social responsibility as a business
strategy in SMEs”**

Autor: Gastón Emiliano Donda

Legajo: CPB04125

DNI: 40.418.318

Director de TFG: Fernando Ortiz Bergia

Argentina, julio, 2020

Resumen

La aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial para las Pymes es un factor muy importante en la actualidad, sin embargo, en el contexto Argentino donde aún no existe una conciencia sobre esta temática y sumado a las constantes problemáticas que presentan las organizaciones dificultan que las empresas apuesten a estas políticas.

El presente trabajo pretende impulsar la implementación de la RSE a las Pymes de Córdoba como estrategia de negocio con el propósito de contribuir a mejorar su competitividad en un marco de actuación socialmente responsable y demostrar lo fundamental de la aplicación de un marco legal que regule e incentive esta norma. Para ello se desarrolló una investigación a través de entrevistas a los representantes de las Pymes, en donde se buscó explicar la aplicación de la RSE.

Palabras claves: Responsabilidad Social Empresarial; Pymes; Marco legal.

Abstract

The application of Corporate Social Responsibility for SMEs is a very important factor at present. However, in Argentinian context where there is still no awareness of this issue it is hard for companies to apply these politics.

This work aims to promote the implementation of CSR to SMEs in Córdoba as a business strategy, in order to help improving their competitiveness in a framework of socially responsible action and demonstrate the fundamentals of applying a legal body that regulates and encourages this rules. Finally, an interview research with SMEs representatives was developed, where they tried to explain the application of CSR.

Key words: Corporate Social Responsibility; SMEs Legal framework

Índice

<i>Introducción</i>	4
<i>Objetivo General</i>	15
<i>Objetivos Específicos</i>	15
<i>Diseño</i>	16
<i>Participantes</i>	16
<i>Instrumentos</i>	16
<i>Análisis de datos</i>	17
<i>Resultados</i>	18
<i>Discusión</i>	23
<i>Bibliografía</i>	29
<i>Anexo</i>	30
<i>Entrevistas</i>	30
<i>Consentimiento informado</i>	31

Índice de Gráfico

<i>Gráfico 1: Principales problemáticas para las Pymes</i>	3
--	---

Índice de Tablas

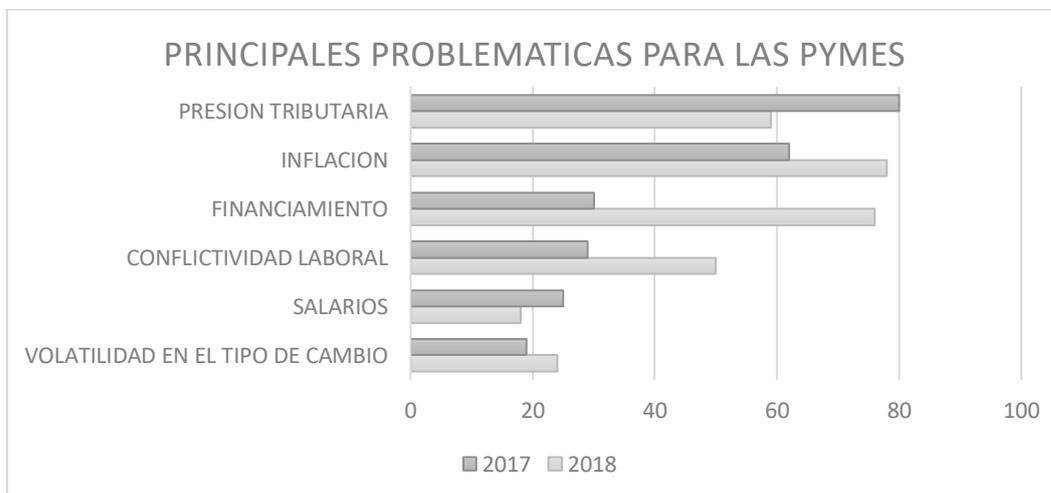
<i>Tabla 1: Características de las empresas</i>	16
<i>Tabla 2: Principales dificultades para las Pymes</i>	17
<i>Tabla 3: Incentivos para aplicar la RSE</i>	18
<i>Tabla 4: Etapa de aplicación de la RSE</i>	20
<i>Tabla 5: Acciones a implementar sin grandes costos y clasificación según Normas GRI</i>	21

Introducción

En Argentina se puede observar que las Pymes son las empresas que juegan un papel fundamental a la hora de promover y contribuir al desarrollo de la economía. Bajo este planteamiento se entiende por Pyme a la micro, pequeña o mediana empresa que realiza sus actividades en el país, en alguno de estos sectores: comercial, servicios, comercio, industria, minería o agropecuario. Puede estar integrada por varias personas según la actividad y sus ventas totales anuales en pesos no pueden superar los montos establecidos según su categoría. (AFIP, 2020). Puntualmente el 97% de las empresas son pequeñas y micro empresas y generan el 70% del empleo en la Argentina. (Urien, 2018)

En los últimos años las Pymes han sufrido por la economía desequilibrada del país, el siguiente gráfico nos demuestra los temas que más preocupan a los empresarios.

Gráfico 1: Principales problemáticas para las Pymes



Fuente: (Argentina, 2019)

En el presente trabajo de grado, se trató como problemática la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes de Córdoba. Logrando de esta manera la correcta implementación, como un instrumento estratégico que promueva el desarrollo sustentable, que tenga valor económico, ambiental y social a corto y largo plazo.

Por este motivo las empresas deben trasladar ese compromiso social a las operaciones diarias de la misma. Las Pymes cumplen un rol importante de esta tendencia, ya que la Responsabilidad Social Empresaria se ha convertido en una necesidad en las organizaciones la cual les permite sostenerse con garantías, distinguirse y crecer.

Sumado a las principales problemáticas que se le presentan a las Pymes, una gran dificultad es la falta de incentivos para la implementación de la RSE (Responsabilidad Social Empresaria). Tal es el caso de Argentina, en donde aún no existe una conciencia empresarial ni un marco legal acorde que responda a los requerimientos actuales en lo que respecta a la Responsabilidad Social.

Desde hace muchos años hay iniciativas para avanzar en este campo, pero la mayoría de los proyectos terminaron archivados por falta de consenso y por la resistencia de que la RSE no sea reglamentada.

En el año 2011, en su momento el diputado nacional Fernando Yarate, presentó en la cámara de diputados un proyecto de ley sobre Responsabilidad Social Empresaria, donde fija los institutos del Código de conducta y de un Balance Socio Ambiental. También propone incentivos fiscales y económicos que impulsen a realizar conductas socialmente responsables. Otro de los proyectos fue presentado por la senadora Liliana Negre de Alonso en el año 2013, que aspiraba a fijar el marco jurídico mínimo de la RSE en todo el país, teniendo como objetivo que las empresas registren un balance social con las acciones de RSE interna y externa realizadas. Además propuso fijar beneficios fiscales y económicos para las empresas que presenten el balance y obtengan la “Etiqueta de Responsabilidad Social”. (RSE, 2020)

Si bien se han presentado en el Congreso Nacional diversos proyectos e iniciativas al respecto, la realidad es que solo fueron intentos fallidos y hasta el momento no se ha

podido sancionar una ley acorde. De todas formas, desde el año 2005 se ha instalado el debate entre los Diputados nacionales que evalúan la necesidad y la forma que debería tener la ley nacional que permita dar un marco jurídico a la Responsabilidad Social Empresaria en la Argentina.

Más allá del hecho que hasta el momento no haya sido sancionada ninguna ley de Responsabilidad Social Empresaria en la Argentina, lo cierto es que de todas formas esta área está siendo regulada a través de la Ley de Régimen Laboral, N° 25.877, la cual puntualmente en su artículo 25 establece que las empresas nacionales y extranjeras que se desenvuelven en el país, y que mantengan activos más de 300 puestos de trabajo, deben elaborar un balance social anual de manera obligatoria. (Gestion, 2015)

La gran dificultad es que la RSE no está regulada para las Pymes, ya que existen gran cantidad de micro y medianas empresas, que no están incluidas en la ley mencionada anteriormente, dejando al margen un importante número de pequeñas empresas que en definitiva también deberían adecuar sus actividades a la Responsabilidad Social. Por esta razón se torna primordial la aplicación de un marco legal acorde que responda a los requerimientos en lo que respecta a la RSE, y a través de ello sancionar o premiar el comportamiento de las empresas.

Actualmente, el tema de la Responsabilidad Social Empresarial cobró mucha fuerza en Argentina. Tal situación se denota con la aparición de organismos sin fines de lucro como ser el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial, el cual aumenta notablemente la cantidad de empresas socias, ya sean nacionales e internacionales.

Por este motivo es que la RSE es un factor fundamental para las Pymes, porque es y será cada vez más importante para aquellas empresas que deseen proyectarse al futuro

y ser validadas por la sociedad y comunidades en las cuales se encuentran insertas. Es importante que las Pymes logren implementar acciones responsables relacionadas a sus estrategias de negocios.

La importancia del porqué aplicar la RSE en las organizaciones radica en la construcción del desarrollo sostenible con medidas, cultura y valores que le permitan perdurar a largo plazo, se trata de un sistema de gestión que beneficie a los distintos grupos de interés.

Las Pymes son fuertes movilizadoras de la economía, creadoras de empleo y flexibles al cambio. Es por esto que se ven cada vez más impulsadas a invertir en la calidad de las relaciones con sus grupos de interés e incitar, no sólo al desarrollo económico, sino también a preservar el medio ambiente y contribuir con el acrecentamiento del capital social.

Por otro lado, las organizaciones pueden optar por acciones que no conlleven una gran inversión, en los documentos presentados por las Normas GRI, donde tratan diferentes temas relacionados con el triple impacto, económico, social y ambiental. Las empresas pueden aplicar ese tipo de acciones que proponen las GRI y que forman parte de la política de RSE. Permittedle llevar adelante la implementación de la RSE, sin la necesidad de grandes erogaciones.

Como estas organizaciones tienen un rol preponderante dentro del modelo de crecimiento económico con inclusión social, la asimilación e implementación de estos conceptos tienen un fuerte impacto en el desarrollo sustentable del país.

De acuerdo a la investigación realizada por (Vara, 2013), Latinoamérica parte de una tradición filantrópica corporativa que ha ido poco a poco evolucionando hacia una responsabilidad social más activa, tanto hacia dentro como hacia fuera de la empresa. Históricamente, gran parte de la acción social del sector privado en Latinoamérica ha

estado basada en creencias religiosas y ético-morales de carácter individual. Eso se debe principalmente al gran peso de las empresas familiares donde propiedad y gestión van unidas.

Las actividades empresariales de carácter filantrópico se caracterizan por ser prácticas que no están vinculadas a la actividad central de la empresa y no requieren una gran inversión. La empresa no aporta más que recursos financieros que en su mayoría apuntan a favorecer a algunas de las partes interesadas (stakeholders), pero que no son necesariamente las que tienen mayor incidencia en el negocio. Las consecuencias de estas actividades, por lo general, no repercuten más allá de adquirir cierta buena reputación e imagen, y siempre y cuando se logren comunicar convenientemente.

Según (Kliksberg, 2012), la idea de Responsabilidad Social de la empresa privada avanza aceleradamente en el mundo y en Iberoamérica. Hay quienes la ven como una nueva moda gerencial, que se hará obsoleta prontamente como ha sucedido con otras. Hay quienes la interpretan como un ejercicio actualizado de relaciones públicas. Los datos parecen desmentir ambas visiones. En primer lugar muestran una tendencia en ascenso vigoroso, 2900 empresas de 90 países han suscrito el Pacto Global lanzado por la ONU comprometiéndose a cumplir con los 10 principios de derechos humanos, laborales, medio ambiente y anticorrupción que comprende. 160 empresas líderes mundiales han fundado el Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible que promueve el compromiso de las empresas con la sociedad. La RSE es parte de un proceso de evolución de la concepción misma de la empresa privada en las últimas décadas. Este proceso está movilizado por poderosas demandas sociales. Las mismas parten del reconocimiento de que la empresa privada es un motor esencial de la economía, y que sus actividades deben ser promovidas y facilitadas pero que, justamente por eso, por su enorme incidencia en la

vida de los ciudadanos, tiene que ser considerada como una institución social con responsabilidades calificadas, y debe auto considerarse de este modo.

Para definir RSE se encuentran diferentes conceptualizaciones, de acuerdo a lo publicado en la guía ISO 26.000, elaborada por International Organization for Standardization, se la define como: Compromiso de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible incluyendo salud y bienestar de la sociedad. (ISO, 2014)

Esta norma plantea los siguientes principios:

- Rendición de cuentas.
- Transparencia.
- Comportamiento ético.
- Respeto a los intereses de las partes interesadas.
- Respeto al principio de legalidad

Es importante recordar que una empresa socialmente responsable asume las consecuencias positivas y negativas derivadas de sus actos, productos y servicios, ante todas las personas vinculadas a su proceso de creación de valor, ya sea la comunidad, el medio ambiente o la sociedad completa.

El Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria alude a un modelo estratégico de gestión, que contempla los impactos económicos, sociales y ambientales derivados de la actividad cotidiana de una empresa. Implica por tanto el compromiso renovado de la misma con la comunidad, con su entorno y con todos sus públicos de interés. (IARSE, 2012)

Una de la forma en que plantea (Porter & Kramer, 2018) es a través de la creación de valor compartido la cual invita al mundo empresarial a renovar sus procesos y actividades de negocios, tomando en cuenta el entorno social en el que se desempeña. Al valor compartido se lo concibe como la herramienta empresarial que permite la búsqueda constante de obtención de cuantía económica que a su vez de lugar el beneficio de otros agentes de la economía, en específico se trata de un compromiso con la sociedad que lo rodea para alcanzar un crecimiento.

La creación de valor compartido se enfoca en identificar y expandir las conexiones entre los progresos económico y social. El concepto de valor compartido, reconoce que las necesidades sociales, y no sólo las necesidades económicas convencionales, son las que definen los mercados. (Porter & Kramer, 2018)

Sin embargo, las empresas aún consideran los temas sociales como marginales y no como parte de sus negocios, a decir de (Porter & Kramer, 2018) las empresas siguen teniendo una visión estrecha de la creación de valor, optimizando el desempeño financiero de corto plazo mientras pasan por alto las necesidades más importantes de los clientes e ignoran las influencias más amplias que determinarán su éxito en el largo plazo.

El principal desafío al que se enfrentan las organizaciones es comprender que las actividades de RSE deben ser más que acciones ocasionales, deben conformar parte de la estrategia empresarial y ser incluidas en sus planes de negocios.

Una empresa socialmente responsable tiene muchas ventajas sobre las demás porque causa un impacto positivo en el corto y largo plazo, y cómo los clientes están tomando más conciencia sobre el impacto de esta normativa, esto hace que la empresa se posicione estratégicamente en el mercado.

En general, sólo aquellos elementos que poseen valor monetario son considerados por la contabilidad tradicional, quedando fuera del registro contable, las consecuencias sociales y ambientales de la operación de una empresa. Por tal motivo, se ha desarrollado la contabilidad social y como resultado de ella el denominado balance social.

Uno de los objetivos para la preparación del balance social según la Resolución Técnica 36 de las normas contables profesionales es demostrar la forma en la que contribuye la organización, o pretende contribuir en el futuro, a la mejora, o incide en el deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional y/o global.

El Balance Social debe, por lo tanto, tratar de presentar el desempeño en relación con concepciones más amplias de la sostenibilidad. Se considera entre otras cuestiones, la necesidad de mostrar aspectos como el comportamiento social y ambiental que no son reflejados en los estados contables individuales. (FACPCE, 2012)

Para la presentación y elaboración de informes de sostenibilidad de las organizaciones es promovida por los Estándares GRI, es una práctica que consiste en la elaboración de informes públicos sobre los impactos económicos, ambientales y sociales de las organizaciones y, por ende, sus contribuciones (positivas o negativas) al objetivo de desarrollo sostenible. A través de este proceso, las organizaciones identifican sus impactos significativos en la economía, el medio ambiente y la sociedad y los hacen públicos de conformidad con un estándar aceptado a nivel mundial. (Normas GRI, 2019)

La elaboración de informes de sostenibilidad basados en los Estándares GRI debería proporcionar una representación equilibrada y razonable de las contribuciones positivas y negativas de las organizaciones al cumplimiento del objetivo del desarrollo sostenible. Esta información permite a los grupos de interés internos y externos formarse opiniones y tomar decisiones informadas sobre los aportes de una empresa.

No obstante, una organización puede optar por usar parte de ellos para mostrar información específica. Se dividen en dos grandes grupos, los estándares universales (GRI 101, 102 y 103) y los específicos para cada temática (GRI 200 economía, GRI 300 ambiental, GRI 400 social) (Normas GRI, 2019)

Una forma de internalizar la RSE es a través de los indicadores Ethos para negocios sustentables y responsables que plantea el IARSE. (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria), esta herramienta de gestión busca apoyar a las empresas en la incorporación de la sustentabilidad y Responsabilidad Social Empresarial en sus estrategias de negocio de modo que este sea sustentable y responsable.

Los indicadores ETHOS-IARSE/PLARSE para Negocios Sustentables y Responsables tienen como foco evaluar cuánto de sustentabilidad y de responsabilidad social ha sido incorporado en los negocios, auxiliando a definir estrategias, políticas y procesos. (GRI, 2019)

Dichos indicadores reflejan diferentes etapas de avance en la aplicación de la responsabilidad social, de manera que la evolución de una etapa a otra exige compromiso, planificación e inversiones. (GRI, 2019)

Es muy importante para las empresas que trabajan con prácticas socialmente responsables, lograr una comunicación eficaz de sus acciones y resultados, es decir llegar de la mejor manera a cada uno de los grupos de interés de la empresa.

Este proceso de comunicación se debe dar en tres etapas, la primera implica el conocimiento de los ejes de la RSE, lo que permitirá diseñar estrategias y acciones de Responsabilidad Social con cada grupo en particular.

Valores, transparencia y gobernabilidad: Este tema contiene aspectos como los compromisos éticos, la gobernabilidad corporativa, el diálogo con las partes interesadas (stakeholders), las relaciones con la competencia y el balance social.

Público interno: En este punto se toma en cuenta el capital humano de la empresa, al cual se motiva con políticas y prácticas responsables, fomentando el compromiso con el desarrollo profesional y el empleo, las condiciones de trabajo favorables que generen productividad y bienestar familiar.

Medio ambiente: Los temas evaluados son el compromiso de la empresa con la causa ambiental, educación y creación de conciencia, la gerencia del impacto sobre el medio ambiente.

Proveedores: Construir relaciones transparentes y duraderas con quienes proporcionan productos y servicios a la empresa; se basa en la cooperación, transferencia de conocimiento y el trato justo.

Consumidores y clientes: Se cumple por medio del desarrollo de una relación de confianza entre la empresa y sus clientes, basada en la integridad, honestidad y la libre competencia.

Comunidad: La administración del impacto de la empresa en la comunidad de entorno inmediato, las relaciones con organizaciones locales, las estrategias de actuación en el área social y el reconocimiento y apoyo al trabajo voluntario de los empleados.

Gobierno y sociedad: Generar interés empresarial e interés público para propiciar el desarrollo económico, social y ambiental del ámbito que opera la empresa.

(FUNDEMÁS, 2017)

En segundo lugar es fundamental mantener el vínculo con cada sector involucrado y de esta forma lograr el compromiso con cada uno de los programas o proyectos de Responsabilidad Social. Es importante que la empresa manifieste siempre su deseo de contribuir a mejorar las condiciones de vida de las partes interesadas. Por último la tercera etapa importante implica dar a conocer los resultados en detalle, producto de las metas e indicadores planteados en los programas y proyectos de Responsabilidad Social. Es decir sumado a los informes o balance social mencionado anteriormente en el trabajo, se debe experimentar herramientas de comunicación para socializar los resultados, una de las formas son los informes a través de las Normas GRI, como se mencionó anteriormente.

Objetivos

Objetivo general

Analizar sobre la importancia que tiene para las Pymes integrar como estrategia de negocio la gestión de Responsabilidad Social Empresarial y considerar la posibilidad de tener un marco legal que regule e incentive estas cuestiones para promover el crecimiento de las Pymes Argentinas ante las constantes dificultades.

Objetivo específico

- Reconocer las dificultades que presentan las Pymes Argentinas.
- Remarcar la importancia de promover e incentivar la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial a través de un marco legal específico.
- Determinar los motivos de la importancia de la implementación de Responsabilidad Social Empresarial para las Pymes.

Métodos

Diseño

Continuando con las variables que se trabajan con relación a la implementación de la RSE como estrategia de negocio en las Pymes y buscando dar una respuesta concisa sobre los objetivos e inferir concretamente sobre la temática, se definió una investigación de tipo descriptiva, en donde se desarrolló una exposición cualitativa de las variables analizadas. De esta manera la investigación se conformó con un diseño no experimental longitudinal con la idea de advertir la evolución de la RSE en este tipo de organizaciones.

Participantes

Los participantes para dichas investigaciones poseen el carácter de directivos de las diferentes Pymes, en donde se utilizó un criterio muestral no probabilístico por cuotas, es decir que para la identificación y selección de dichas organizaciones, estas debieron cumplir ciertas características específicas para ser catalogadas como muestra. Específicamente se centró en 5 Pymes del interior de Córdoba de diferentes sectores que se encuentran actualmente desarrollando sus actividades. La investigación se realizó a través de la indagación en torno a las diferentes alternativas para lograr la aplicación de la RSE e impulsar su crecimiento.

Instrumentos

La técnica de relevamiento utilizada fue la entrevista, realizada a las 5 Pymes previamente mencionadas, en donde se indagó sobre las temáticas con respecto a los métodos utilizados para la implementación de la RSE. Por lo tanto a través de las entrevistas se analizan las experiencias de los individuos, relacionándolas con prácticas cotidianas o profesionales, poniendo un especial énfasis en acceder a las prácticas e interacciones en su contexto natural, sin las alteraciones que pueda introducir un entorno artificial. De esta forma el instrumento utilizado para llevar adelante dichas entrevistas fue un guion temático en donde se buscó analizar las diferentes características de estas 5

Pymes y las percepciones que tienen los directivos de las mismas con relación a la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial.

Es así como dicho guion se realizó contemplando áreas fundamentales que tienen que ver con los objetivos específicos de indagación previamente planteados. En este sentido se abordaron temáticas referidas a la importancia que tiene la RSE como medio para potenciar el crecimiento de las organizaciones; la falta de incentivos y las distintas dificultades que se les presentan constantemente.

Además para llegar a un relevamiento más conciso y estipulando la normativa de las entrevistas se les brindó a los miembros de estas organizaciones, un consentimiento informado, en donde se detallan los objetivos de dicha investigación y los fines que tendrá la misma, para que de esta forma el proceso sea formalmente presentado y la información pueda ser publicada en el presente trabajo.

Análisis de datos

Una vez que se obtenga la información y los datos necesarios para llevar adelante la investigación procederá a analizarlos y categorizarlos de acuerdo al guion temático previamente descrito, en donde se realiza una descripción cualitativa de los hechos. Es así como la presente investigación adquiere un papel explicativo, ya que la información utilizada proviene de las entrevistas realizadas a los directivos de las Pymes para poder explicar la situación de Responsabilidad Social en estas organizaciones.

Resultados

A modo introductorio se hace una aproximación a las diferentes organizaciones participantes de las entrevistas para llevar adelante la investigación, destacando distintos atributos; tales datos se pueden encontrar en la siguiente tabla.

Tabla 1: Características de las Empresas

	PYME 1	PYME 2	PYME 3	PYME 4	PYME 5
Trayectoria	20 años	4 años	12 años	3 años	18 años
Empleados	4	3	3	7	5
Rubro / Sector	Distribuidora de productos para el automotor (Comercio)	Local de indumentaria (Comercio)	Clínica Odontológica (Servicio de salud)	Distribuidora de alimentos (Comercio)	Centro de Salud (Servicio de salud)
Ventas (Mensual)	1.400.000 a 1.800.000	800.000 a 1.200.000	700.000 a 1.000.000	1.200.000 a 1.500.000	1.000.000 a 1.400.000
Aplica RSE	SI	NO	NO	SI	SI
Acciones de RSE en desarrollo	Beneficios económicos a sus empleados Condiciones laborales a sus empleados	No aplica actividad de RSE	No realiza actividades exclusivamente de RSE	Reutilización de plásticos Condiciones laborales a sus empleados	Condiciones de salud e higiene en el trabajo Clasificación de materiales según corresponda (Basura y residuos patógenos)

Fuente: Elaboración propia en base al relevamiento

- ❖ *Reconocer las dificultades que presentan las Pymes Argentinas a la hora de poner en práctica una estrategia socialmente responsable*

Se advierte que al momento de indagar a los representantes de las organizaciones respecto al primer objetivo específico, los emprendedores coincidieron en la gran cantidad de problemáticas, que en muchos casos impiden la aplicación de acciones responsables en las empresas, ya que tienen muchas limitaciones y deben cumplir con ciertas obligaciones.

A continuación se presentan un esquema en donde se realizó una columna denominada promedio donde se calcula un coeficiente para ver las dificultades más destacadas que se les presentan a las Pymes. Se evaluó en una escala del 1 al 5 para medir el nivel de significación de cada una de las empresas, donde 1 es poco significativo y 5 el máximo.

Tabla 2: Principales dificultades para las Pymes

	PYME 1	PYME 2	PYME 3	PYME 4	PYME 5	PROMEDIO
Presión tributaria	5	4	3	3	4	3,8
Inflación	4	3	4	5	4	4
Volatilidad en el tipo de cambio	3	1	3	1	2	2
Falta de financiamiento	1	3	1	1	3	1,8
Salarios	1	1	2	3	1	1,6

Fuente: Elaboración propia en base al relevamiento

- ❖ *Remarcar la importancia de promover e incentivar la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial a través de marco legal específico.*

En lo que refiere a otras de las dimensiones en respecto al segundo objetivo, puede decirse que los incentivos determinantes que promueven la toma de decisión sobre la aplicación de la RSE dentro del marco legal específico son los siguientes.

Se realizó una columna denominada promedio donde se calcula un coeficiente para ver los incentivos más destacados que se les presentan a las Pymes. Se evaluó en una escala del 1 al 5 para medir el nivel de significación de cada una de las empresas, donde 1 es poco significativo y 5 el máximo.

Tabla 3: Incentivos para aplicar la RSE

	PYME 1	PYME 2	PYME 3	PYME 4	PYME 5	PROMEDIO
Presiones Fiscales	4	5	4	4	1	3,6
Beneficios económicos	3	1	2	2	3	2,2
Presiones Sociales	2	1	1	3	4	2,2

Fuente: Elaboración propia en base al relevamiento

- ❖ En el caso de las presiones tributarias: mencionan que es un factor fundamental, la reducción de impuestos para empresas actuaría como incentivo de conductas para un modelo de desarrollo económico coherente con un comportamiento responsable socialmente.
- ❖ Con respecto a los beneficios económicos: describieron el impulso a la creación de líneas de crédito y productos financieros con tasas accesibles para premiar y ayudar al crecimiento de las Pymes que impulsan la Responsabilidad Social Empresarial.
- ❖ Respecto a la presión social: los entrevistados son conscientes que la reputación de una compañía depende en gran medida de cuan profundamente esté comprometida con la RSE. (creen que el reconocimiento a las empresas que implementan acciones responsables es muy beneficioso)

Como conclusión para dar respuesta concretamente a este objetivo, analizando el coeficiente calculado puede advertirse que los incentivos que estas Pymes consideran como determinantes, las presiones fiscales son el principal estímulo que destacan para llevar adelante acciones de RSE. Por debajo de este mencionan a los beneficios económicos como factores de ayuda para las Pymes. Por último, en lo que refiere a la presión social, se observa que los participantes lo asocian a la reputación y la imagen, este es un factor que se encuentra relacionado con el desconocimiento del concepto de RSE que tienen las organizaciones.

Determinar los motivos de la importancia de la implementación de Responsabilidad Social Empresarial para las Pymes.

En lo que se refiere al tercer objetivo específico planteado en el trabajo los participantes destacaron lo siguiente:

- ❖ La RSE es un factor relevante y permite proyectar a futuro como una empresa en consolidación.
- ❖ Reconocen que las inversiones en esta política deberían aumentar.
- ❖ Sin embargo, describen que en el corto plazo no es prioridad, ya que presentan otras dificultades por resolver. (Producción, Administración, Ventas)

Este último punto es clave para analizar la realidad de estas Pymes debido a que al no contemplar la RSE como un atributo estratégico, no es tomada en cuenta como una herramienta que ayudará en su desenvolvimiento como organización desde el inicio y tampoco en la etapa de crecimiento. Este análisis puede verse reflejado con mayor claridad en el esquema siguiente en donde puede observarse la estipulación que estas organizaciones le asignan a la RSE de acuerdo a lo que los emprendedores consideran que podría ser el momento oportuno para comenzar a aplicarla.

Tabla 4: Etapa de aplicación de la RSE

	PYME 1	PYME 2	PYME 3	PYME 4	PYME 5
Inicio					
Crecimiento					
Madurez	●	●	●	●	●

Fuente: Elaboración propia en base al relevamiento

En esta tabla, los entrevistados coincidieron que la etapa de aplicación, donde podrían llevar adelante acciones de RSE, es en la madurez, lo que constata el desconocimiento o confusión en esta temática, ya que existen distintas alternativas que pueden implementar las empresas sin grandes inversiones que les permitirían aplicar la misma en la etapa de inicio como una estrategia de negocios alineada a los objetivos de la organización.

Como conclusión, y dando respuesta al objetivo general se advierte que las Pymes Argentinas se enfrentan ante una situación compleja, en donde la falta de incentivos para la implementación de las prácticas de RSE, dificulta en gran medida que se pueda llevar a cabo la aplicación de la misma. A pesar de esto existen diversas acciones que se pueden aplicar sin incurrir en grandes costos. Es por ello que se plantea otra conjetura en la investigación referida a que será fundamental un marco legal que impulse e incentive a las Pymes a llevar adelante las políticas de RSE.

Por último, se les planteó las distintas acciones, obteniendo un resultado muy positivo de acuerdo al interés de los participantes, en la siguiente tabla se destacaron las principales acciones que interesaron a las Pymes para poder llevar adelante sin grandes inversiones.

Se realizó una columna denominada promedio donde se calcula un coeficiente para ver las acciones más destacadas a implementar por las Pymes según sus expectativas. Se evaluó en una escala del 1 al 5 para medir el nivel de significación de cada una de las empresas, donde 1 es poco significativo y 5 muy significativo.

Tabla 5: Acciones a implementar sin grandes costos y clasificación según Normas GRI

	Acciones a implementar	CLASIFICACION NORMAS GRI	PYME 1	PYME 2	PYME 3	PYME 4	PYME 5	PROMEDIO
Acciones Sociales	Igualdad y diversidad de trabajo	405-1 405-2	3	3	5	1	4	3,2
	Proveedores locales	414-1	4	1	1	3	1	2
	Formación y mejora de actitudes	404	1	5	1	5	1	2,6
	Inclusión de la comunidad local	202-2	5	4	1	4	1	3
Acciones económicas	Disponibilidad de productos y servicios	203-2	1	1	5	3	4	2,8
	Bolsas ecológicas	301-3	1	3	1	4	1	2
Acciones Ambientales	Clasificación de materiales	306-2	3	1	3	2	1	2
	Eficiencia consumo de agua y energía	303-3(Agua) 302-4(Energía)	5	4	5	5	5	4,8
	Reciclaje y reutilización	301-2 301-3	4	1	1	1	1	1,6

Fuente: Elaboración propia en base al relevamiento

Nota: Se advierte que en la tabla 2, 3 y 5 se calculó un promedio sumando todos los valores presentados y dividiéndolos por la cantidad total de las Pymes participantes.

Discusión

Respecto a la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes, se observó que en la actualidad es un factor que puede ser relevante para las empresas, que implica por tanto el compromiso renovado de las mismas con la comunidad, con su entorno y con todos sus públicos de interés.

En muchas de las enunciaciones de los emprendedores se aprecia el desconocimiento o confusión sobre este concepto. En varios casos consideran que la Responsabilidad Social, es la aplicación de llevar a cabo acciones solidarias o eventos aislados de la empresa beneficiando a un sector de la comunidad. Coincidiendo con la opinión de (Vara, 2013), siendo una idea más tradicional como actividades de carácter filantrópico que se caracterizan por ser prácticas que no están vinculadas a los ejes de la organización y no requieren una gran inversión y apuntan a favorecer algún sector específico, buscando mejorar la reputación e imagen de la empresa.

Entonces puede advertirse la falta de conocimientos y formación en materia de Responsabilidad Social Empresarial, si desde un principio no es entendida como un instrumento estratégico sostenible, mucho más será la confusión respecto al fin de aplicar esta estrategia.

En el momento que se presentaron posibles acciones que podrían aplicar las empresas sin la necesidad de grandes costos, se pudo observar la falta de información o el desconocimiento de que estas políticas podrían incluirse dentro de la RSE. Lo que ayudó a los distintos empresarios a tener otra mirada sobre esta temática, que no necesariamente requieren de grandes inversiones para su aplicación, sino que puede lograr ser una empresa responsable con ciertas acciones y en un futuro, cuando tengan la posibilidad de hacer frente a inversiones, sería un complemento de mejora para la

organización, de manera de seguir creciendo dentro de esta temática. Se puede concluir que aplicar la RSE en las Pymes es posible, comenzando con este tipo de acciones que integran acciones responsables y no requieren de grandes gastos, es por eso que las empresas que se niegan a la implementación de la RSE porque tienen mayores dificultades o problemáticas que resolver, es por falta de conocimiento y terminan privándose de incluir esta política como una estrategia de negocio para el desarrollo y crecimiento del mismo.

Es importante mencionar, que en Argentina no se ha logrado una gran conciencia en la actividad empresarial sobre la Responsabilidad Social, Uno de los aspectos que obstaculizan la implementación de estrategias es la falta de conocimientos y poder pensar en estas acciones como una posibilidad de crecimiento y lograr un desarrollo sostenible en el corto y largo plazo. De acuerdo a (Kliksberg, 2012) las empresas aun no consideran los temas sociales como parte de sus negocios, es decir siguen teniendo una visión estrecha de la creación

Con respecto al primer objetivo específico planteado, se destacó la cantidad de dificultades que presentan las Pymes en Argentina, por lo que la inversión en acciones responsables se ven difícilmente alcanzables.

Los emprendedores consideran que es muy importante aplicar la RSE en sus empresas, pero clasifican las acciones responsables con el objetivo principal de impacto en la reputación e imagen, como se mencionó anteriormente, podemos observar la falta de criterio sobre esta temática. Es decir que, lo piensan como contribuciones sociales por medio de la filantropía para generar valor en áreas específicas.

Aquí se puede discutir la relación que existe entre la falta de conocimientos en materia de Responsabilidad Social y las constantes dificultades que presentan las Pymes

para llevar adelante los negocios. Lo que conlleva a las organizaciones a la poca integración de estas prácticas y con un enfoque lejos del ideal para lograr el desarrollo sostenible de la misma.

Con estas consideraciones planteadas se puede decir entonces que se observa un grado de desconocimiento y gran cantidad de barreras y/o dificultades que impiden que la RSE se desarrolle en la Argentina en mayor volumen de empresas.

En cuanto al segundo objetivo en donde se buscó remarcar la importancia de promover e incentivar la aplicación de la RSE a través de un marco legal, se pudo arribar a la conclusión que los emprendedores entrevistados coincidieron que sería una herramienta muy útil, para facilitar y encausar la incorporación de estas políticas a sus realidades organizacionales.

La aplicación de un marco legal que regule e incentive, podría ser una plataforma óptima para el crecimiento de estas políticas en las empresas, ya que las organizaciones no tienen una motivación para analizar su implementación. Más allá de que en la actualidad es un tema que toma gran valor y la sociedad le asigna mayor conciencia, no es el caso para las Pymes que ante todo, tienen muchas dificultades para seguir su trayecto.

De esta forma se puede apreciar que la falta de incentivos y de normas que regulen la Responsabilidad Social Empresarial, hacen que las empresas pierdan interés para acceder a estas estrategias. Se hace sustancial que se comience a considerar esta temática, como necesidad básica para el fomento de estas prácticas en las empresas y promover el desarrollo sustentable, que tenga valor económico, ambiental y social.

Se puede decir en líneas generales que el factor predominante en todos los resultados de las entrevistas con respecto a los incentivos, fue la necesidad de aliviar la

presión tributaria de las Pymes, los emprendedores manifestaron que sería de gran ayuda y motivación para empezar a tener en cuenta la RSE. Otro punto de gran preocupación de las empresas, es la denominada presión social, ya que esta tendencia toma mayor valor con el paso del tiempo debido a que el implemento del tratamiento de tópicos susceptibles a la opinión pública donde aspectos tales como el medio ambiente, el respeto a los derechos humanos, el equilibrio del balance social van ganando terreno y terminan repercutiendo en el accionar y desempeño de las organizaciones. Por esto las Pymes se ven impulsadas por la sociedad a aplicar acciones responsables, porque es común que sus clientes exijan la conciencia ambiental y social, más allá de su propio beneficio económico.

Por esta tendencia que se presenta en la comunidad, los emprendedores creen que la regulación e incentivación de la RSE a través de un marco legal es fundamental, y que a través de esto se otorguen reconocimientos y que la empresa sea catalogada como una organización que se preocupa por los beneficios sociales de la sociedad y el medioambiente.

Por último y en relación con el tercer objetivo que trata sobre los motivos de la importancia de la implementación de Responsabilidad Social Empresarial para las Pymes, se puede decir que la aplicación de estas acciones como estrategia de negocio, es muy importantes para el desarrollo y crecimiento de las organizaciones, la implementación de la Responsabilidad Social Empresaria, es un diferenciador en el mercado, pero para lograr plasmar esa idea, se debe contar con un plan a largo plazo y para no caer en la moda de hacer una RSE artificial, hay que trasladar ese compromiso social a la operación diaria. Es decir, se debe aplicar en su esfera de competencia y alinearla a las necesidades locales específicas.

En este apartado, se observó que la aplicación de estas acciones responsables, se llevarían en la etapa de madurez de la empresa, en donde se encontrarían en condiciones de analizar la implementación de estas prácticas. Lo que nos confirma la falta de conocimientos en materia de RSE, teniendo la posibilidad de aplicar estrategias responsables sin grandes esfuerzos desde un inicio.

En complemento de lo discutido durante el trabajo y relacionando a los resultados obtenidos en base a los objetivos de esta investigación, se puede decir que las Pymes Argentinas, se encuentran con constantes dificultades y presiones, que disminuyen la integración de la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia de negocio.

En la investigación se pudo determinar que por la falta de incentivos y regulación sobre la RSE, no se logra que los empresarios tomen dimensión sobre esta temática y lo ventajoso que podría ser para su organización. Además el pensamiento de que la Responsabilidad Social incurre en demasiados gastos, es una definición que perjudica la aplicación de la misma, ya que como se mencionó anteriormente las empresas pueden comenzar con acciones que no conlleven grandes inversiones.

Respecto a las fortalezas de la investigación se considera que las empresas, puntualmente el sector de las Pymes, logran apreciar el grado de importancia que posee la RSE para ayudar al crecimiento de las mismas. Con relación a esto las organizaciones deben tomar mayor conciencia sobre esta temática para tomar decisiones desde el primer momento, ya que existe la posibilidad de implementar la RSE desde un comienzo sin grandes erogaciones económicas.

Dentro de las limitaciones se puede decir que un aspecto a tener en cuenta para llevar adelante la investigación se tomó una muestra pequeña de Pymes de Córdoba, la misma carece de representatividad general en torno a la temática. A través de entrevistas,

donde se plantearon los ejes principales de la investigación, limitándose a la posibilidad de demostración de la estructura de la misma, a pesar de esta situación y el poco tiempo para llevar la investigación la información recaudada fue de gran valor para el análisis de la temática planteada.

Para concluir con las limitaciones encontradas, más de un entrevistado nombro el contexto socio-económico que hoy en día está atravesando el país, esto produce un aumento de la dificultad a los socios, dueños y/o gerentes de las mismas a la hora de querer acceder a la RSE y la imposibilidad de proyectar a largo plazo por la incertidumbre constante del país.

En este caso con respecto a la RSE, se concluye que a pesar que las Pymes son el 97% de las empresas y que generan el 70% del empleo en la Argentina, no existe un marco legal que las regule en materia de Responsabilidad social y falta de apoyo estatal para fomentar el desarrollo y llevar a la realidad estas acciones.

La gran falta de apoyo en las Pymes, aleja a los empresarios a invertir en estas estrategias o generan lo que se denomina la filantropía o RSE artificial, buscando mejorar la imagen de la empresa.

Para cerrar se concluye que la Responsabilidad Social Empresarial, es la estrategia sostenible para proyectarse al futuro e impactar positivamente ante la sociedad y que sus actividades no perjudiquen ningún punto económico, social o ambiental. Es por esto que las empresas se interesan cada día más por estas estrategias.

En base lo expuesto durante el trabajo, se pueden mencionar las posibilidades para futuras líneas de investigaciones basadas en la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial; uno de los temas a seguir trabajando es la falta de conocimiento de las empresas sobre esta temática, buscando la forma de lograr conciencia sobre estas

acciones responsables que en un futuro pueden dar un rendimiento muy positivo para la empresa, ofreciendo desde un principio acciones que pueden llevarse adelante por las organizaciones sin la necesidad de grandes inversiones, ya que la mayoría tiene como concepto sobre la RSE que para poder implementarla se requiere de gran erogación de dinero, para este tema es recomendable apoyarse en lo que proponen las Normas GRI. Otro punto importante a seguir investigando es la falta de incentivos que reciben las Pymes para la aplicación de la Responsabilidad Social, ya que esto sería una gran estrategia para que cada año sean más las empresas que se comprometen con la sociedad y el medio ambiente.

Para finalizar como recomendaciones se puede sugerir la aplicación de estas prácticas desde un principio como estrategia de negocio alineada a los objetivos de las Pymes que permita el crecimiento sostenible de la organización bajo políticas responsables sin la necesidad de grandes inversiones. Se considera importante la presencia estatal con un marco legal que regule, incentive y genere mayor conciencia sobre la importancia de la aplicación de la Responsabilidad Social.

Bibliografía

- AFIP. (abril de 2020). *Pymes*. Recuperado el 06 de Abril de 2020, de <https://pymes.afip.gob.ar/estiloAFIP/pymes/ayuda/default.asp>
- Argentina, P. e. (2019). *Expectativas 2019*. Recuperado el 16 de Mayo de 2020, de <https://www.pwc.com.ar/es/publicaciones/pymes-en-argentina-expectativas.html>
- FACPCE. (19 de diciembre de 2012). *RESOLUCIÓN TÉCNICA N° 36*. Recuperado el 15 de Abril de 2020, de http://www.facpce.org.ar:8080/NORMASWEB/index_argentina.php
- FUNDEMAS. (30 de junio de 2017). *Los 7 ejes de la RSE*. Recuperado el 21 de Abril de 2020, de <http://rse.elsalvador.com/articulos/los-7-ejes-de-la-rse/>
- Gestion. (2015). *Ley RSE en Argentina*. Recuperado el 19 de Mayo de 2020, de <https://www.gestion.org/ley-rse-en-argentina-un-debate-necesario/>
- GRI, N. (2019). *Indicadores Ethos-Iarse para negocios sustentables*. Recuperado el 19 de Abril de 2020, de <http://www.iarse.org/>
- IARSE. (2012). *Algunas definiciones de Responsabilidad Social Empresaria*. Recuperado el 09 de Abril de 2020, de <http://www.iarse.org/>
- ISO, N. (18 de julio de 2014). *Global STD*. Recuperado el 09 de Abril de 2020, de globalstd.com/blog/guia-iso-26000-responsabilidad-social/
- Kliksberg, B. (02 de septiembre de 2012). *Responsabilidad Social Empresaria*. Recuperado el 13 de Abril de 2020, de <https://n9.cl/jpyl>
- Normas GRI. (2019). *GRI 101*. Recuperado el 16 de Abril de 2020, de <http://www.iarse.org/>
- Porter, M., & Kramer, M. (febrero de 2018). *Estrategia y sociedad - Michael E. Porter y Mark R. Krame*. Instituto Argentino de Responsabilidad social. Recuperado el 14 de Abril de 2020, de <http://www.iarse.org/>
- RSE, R. e. (27 de abril de 2020). *Portal de las Responsabilidades y el Desarrollo Sustentable*. Recuperado el 12 de Mayo de 2020, de <http://www.codigor.com.ar/leyrse.htm>
- Urien, P. (8 de julio de 2018). *La Nacion*. Recuperado el 09 de Abril de 2020, de <https://n9.cl/eggi>
- Vara, E. P. (8 de febrero de 2013). *Management Society*. Recuperado el 13 de Abril de 2020, de <https://n9.cl/6x87>
- VARGAS, F. (23 de septiembre de 2014). *RSE: ¿Moda o necesidad?* Recuperado el 22 de Mayo de 2020, de https://www.larepublica.net/noticia/rse_moda_o_necesidad

Anexos

Anexo I: Modelo de Entrevistas

1. ¿Cuáles son las principales dificultades que se le presentan a las Pymes?
2. ¿Qué entiende por Responsabilidad Social Empresarial?
3. ¿Aplica acciones socialmente responsables en su empresa? ¿Qué grado de importancia tiene la RSE en su empresa?
4. ¿Le interesaría poder llevar a cabo acciones socialmente responsables en su empresa que no conlleven grandes inversiones?
5. ¿En qué etapa crees que se debe llevar la aplicación de la RSE?
6. ¿Cuáles consideras que son las principales herramientas y estrategias para la aplicación de la RSE?
7. ¿Posee conocimiento sobre el rol que ocupa el Estado con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial? ¿Crees que es importante para la empresa los incentivos para la RSE y cuáles crees convenientes?
8. ¿Conoce si en la Argentina existen proyectos de leyes que impulsen la Responsabilidad Social?

Anexo II: Consentimiento Informado

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Donda Gastón Emiliano sido informado (a) de que la meta de este estudio es “Analizar la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial de las Pymes, en la Argentina, en el año 2020.

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Donda Gastón Emiliano.

NOMBRE DEL PARTICIPANTE

FIRMA DEL PARTICIPANTE

LUGAR Y FECHA

**AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR Y DIFUNDIR TESIS DE POSGRADO O GRADO A LA
UNIVERSIDAD SIGLO 21**

Por la presente, autorizo a la Universidad Siglo21 a difundir en su página web o bien a través de su campus virtual mi trabajo de Tesis según los datos que detallo a continuación, a los fines que la misma pueda ser leída por los visitantes de dicha página web y/o el cuerpo docente y/o alumnos de la Institución:

Autor-tesista <i>(apellido/s y nombre/s completos)</i>	DONDA GASTON EMILIANO
DNI <i>(del autor-tesista)</i>	40418318
Título y subtítulo <i>(completos de la Tesis)</i>	La implementación de la RSE como estrategia de negocio en las Pymes
Correo electrónico <i>(del autor-tesista)</i>	dondagaston@hotmail.com
Unidad Académica <i>(donde se presentó la obra)</i>	Universidad Siglo 21

Otorgo expreso consentimiento para que la copia electrónica de mi Tesis sea publicada en la página web y/o el campus virtual de la Universidad Siglo 21 según el siguiente detalle:

Texto completo de la Tesis <i>(Marcar SI/NO)^[1]</i>	SI
Publicación parcial <i>(Informar que capítulos se publicarán)</i>	TODO

Otorgo expreso consentimiento para que la versión electrónica de este libro sea publicada en la página web y/o el campus virtual de la Universidad Siglo 21.

Lugar y fecha: _____

Firma autor-tesista

Aclaración autor-tesista

Esta Secretaría/Departamento de Grado/Posgrado de la Unidad Académica:

_____ certifica que la tesis adjunta es la aprobada y registrada en esta dependencia.

Firma Autoridad

Aclaración Autoridad

Sello de la Secretaría/Departamento de Posgrado

[1] Advertencia: Se informa al autor/tesista que es conveniente publicar en la Biblioteca Digital las obras intelectuales editadas e inscriptas en el INPI para asegurar la plena protección de sus derechos intelectuales (Ley 11.723) y propiedad industrial (Ley 22.362 y Dec. 6673/63. Se recomienda la NO publicación de aquellas tesis que desarrollan un invento patentable, modelo de utilidad y diseño industrial que no ha sido registrado en el INPI, a los fines de preservar la novedad de la creación.