

Universidad Siglo 21



Carrera de Contador Público

Trabajo final de grado. Manuscrito científico.

“Guía hacia la sustentabilidad para empresas en Santiago del Estero, año 2020”

"Guide to sustainability for companies in Santiago del Estero, 2020"

Autor: Gómez, Carlos Mario

Legajo: VCPB17420

DNI: 33.882.146

Director de TFG: Lombardo Rogelio Cristian

Santiago del Estero, julio, 2020

Índice

Resumen	3
Abstract.....	4
Introducción.....	5
Métodos	15
Diseño.....	15
Participantes.....	15
Instrumentos	16
Análisis de datos.....	17
Resultados.....	18
La actividad diaria de las empresas vidrieras	18
La responsabilidad social empresarial como punto de partida para una guía de pasos.	19
Aspectos necesarios para la confección de una guía futura de RSE	20
Discusión	23
Referencias	35
Anexo I.....	36
Anexo 2.....	38

Resumen

La presente investigación trata sobre los inicios de la responsabilidad social empresarial, como a lo largo de los años se fue formando un concepto, una idea sobre la importancia de su aplicación y la adaptación a las empresas. Cómo la economía, la sociedad y el medioambiente fueron protagonistas con el paso del tiempo, para que hoy en día sean más una obligación que un simple capricho. Luego se procedió a crear una serie de pasos que encamine a las empresas de la región hacia la RSE. El estudio se enfocó en una empresa dedicada a la manipulación de cristales de la provincia de Santiago del Estero. Para cumplir el desarrollo se analizaron los antecedentes y se unió con los datos recabados mediante entrevistas. Una vez que se obtuvo la información necesaria, se tomó como base una empresa del rubro vidriería. Esta investigación tuvo un alcance exploratorio, de enfoque cualitativo, no experimental y transversal. Se comparó la operatoria diaria, los aspectos necesarios y los puntos más importantes que incluían la RSE, para encontrar las diferencias de la región y determinar cuál era la conveniencia de la aplicación de la responsabilidad social.

Palabras claves: Sustentabilidad, economía, medioambiente, sociedad.

Abstract

This research deals with the beginnings of corporate social responsibility, as over the years a concept was formed, an idea about the importance of its application and adaptation to companies. How the economy, society and the environment were protagonists over time, so that today they are more an obligation than a simple whim. Then, a series of steps were created to guide companies in the region towards CSR. The study focused on a company dedicated to crystal manipulation in the province of Santiago del Estero. To fulfill the development, the antecedents were analyzed and joined with the data collected through interviews. Once the necessary information was obtained, a company in the glass industry was taken as a base. This research had an exploratory scope, with a qualitative, non-experimental and transversal approach. The daily operations, the necessary aspects and the most important points that included CSR were compared to find the differences in the region and determine the desirability of applying social responsibility.

Key words: Sustainability, economy, environment, society.

Introducción

Las cuestiones relacionadas a la responsabilidad social de las empresas tuvieron sus comienzos en la década del 50 en Estados Unidos. Si bien aún no existía una definición universal, en dichos años surgieron las primeras inquietudes sobre el accionar de las empresas. Fue lo que llevó a uno de los pioneros y actualmente conocido como el padre de la RSE, Howard R. Bowen, a marcar un nuevo periodo en la literatura empresarial puesto que hace especial énfasis en el tema de responsabilidad social, preguntándose sobre las responsabilidades de la sociedad que podían y debían ser asumidas por los empresarios.

Si bien poco se sabe sobre sus inicios o que lo llevó a unificar sus ideas, define por primera vez a la responsabilidad social como “las obligaciones de los empresarios para impulsar políticas corporativas para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad” (Bowen, 1953, pág. 6).

Ya para la década del sesenta el concepto fue tomando más forma, se presentaban definiciones más formalizadas y precisas, lo que llevó a los pensantes de la época ir de a poco armando los cimientos de la futura definición de responsabilidad social empresarial.

Otro suceso importante que hizo su aporte a nuevos conceptos y teorías fue la de Carson (1962) en su libro *Primavera Silenciosa* donde hablaba de la contaminación ambiental que generaban ciertos químicos, lo cual fue gravemente en contra de la industria. Su libro fue una revolución. Tan así que nacieron movimientos ambientalistas que luego llegarían con gran fuerza al congreso de los Estados Unidos creando la primera agencia gubernamental dedicada al cuidado del medio ambiente.

Años después en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Ambiente Humano en 1972, se dio espacio significativo, sobre lo que años más tarde se reconocería, como sustentabilidad. Fue una base importante, se trató temas sobre el equilibrio en las relaciones ambientales y temas económicos que incluían el capital, el crecimiento y el empleo. En la década posterior se lograron grandes avances, pero fueron dos los hechos que dieron vida al término sustentabilidad.

El primero fue en 1983 cuando se crea la Comisión Mundial de Ambiente y Desarrollo donde por primera vez se evaluó la importancia de las acciones o iniciativas desde tres enfoques: el económico, el ambiental y el social. El segundo fue en 1992 incorporando conceptos sobre el medioambiente y el desarrollo sustentable como así también 27 principios relacionados con la sustentabilidad que se materializan en un programa mundial conocido como Agenda 21.

Luego de esta serie de eventos y prácticamente tres décadas después se comenzó a tener una consciencia global, se crearon organismos, asociaciones e investigaciones acerca de la sustentabilidad en el mundo. Esto, fomentado principalmente por la inquietud del ser humano de proteger su entorno, su futuro y a sí mismo, consintió que la sustentabilidad este en boca de todos.

Volviendo a la responsabilidad social, los años setenta estuvieron marcados por transformaciones sufridas por el concepto, hubo nuevas definiciones con enfoques diferentes, otros puntos de vistas, críticas y análisis que aportaban a la estructura conceptual. Uno de los críticos de la época, quien hacía hincapié en que “la responsabilidad social de los empresarios era incrementar sus ganancias” (Friedman, 1970, pág. 1), utilizando el concepto de empresas egoístas siendo claramente desafiante.

Su rechazo estaba fundado en que la responsabilidad social empresarial la debían hacer las personas, los dueños, representantes, gerentes, ejecutivos y no una corporación ficticia. Consideraba que las obligaciones que se le otorgaba a la empresa eran de fines sociales, deseables, la conciencia social y la obligación de proveer el empleo. En palabras de Friedman la responsabilidad social consiste en:

Conducir los negocios de acuerdo con los deseos de ellos, que generalmente serán deseos de hacer tanto dinero como sea posible ateniéndose a las reglas básicas de la sociedad, tanto las incorporadas en la ley como las incorporadas en las costumbres éticas. (Friedman, 1970, pág. 2)

Siguiendo con la incursión de la RSE a través del tiempo, para los años ochenta había numerosos investigadores tras el concepto, la atención estaba puesta en el enlace ambiente-sociedad-empresa, en la unión para la generación de ingresos, en considerarse más humanos y preservar el futuro de las próximas generaciones. La evolución llevó al concepto a no solo disertaciones conceptuales, sino que se empezaban a desarrollar investigaciones empíricas, considerando a la responsabilidad social empresarial ligada a las prácticas empresariales.

De nada servía un concepto concreto sin una práctica eficaz. Se comenzaba a hablar que las acciones de este tipo se consideraban una inversión más que un gesto sociable o un gasto, una oportunidad económica de generar ganancias, capacidad de producción, las competencias humanas, etc. Se fortalecía una idea global, un camino para la concientización de soluciones a problemas sociales, reconociendo los daños y riesgos que las actividades de las empresas generaban al entorno. A medida que pasaba el tiempo

y el revuelo generado con dicha idea, comenzaron a aparecer los grupos de intereses, interrelacionándose e influenciando los unos a otros, ya no se consideraban independientes sino partícipes de un conjunto de responsabilidades direccionadas al futuro, una relación integrativa, tomando nuevos papeles en el ámbito de la economía.

Para los noventa llegaba una importante incorporación al círculo de la responsabilidad social empresarial, los *Stakeholders*. Esta última noción introducida por Freeman:

Quien enfatiza en darle nombre a los grupos o personas de las empresas para que, al considerar las orientaciones o actividades de la empresa, estas tengan nombres o caras, y así poder determinar con quien ser socialmente responsable y, por ende, ponderar la importancia de los *Stakeholders*.

(Freeman, 1984, pág. 77)

De este modo cada empresa analizaba su entorno y le daba la importancia necesaria según influya en mayor o menor medida en la operatoria diaria de la organización, de modo de visualizar factores históricos, sociales, económicos, culturales, sindicatos, medioambiente, etc. que formaban el grupo de interés que permitía una mejora en la dirección empresarial. Estos grupos a su vez no solo tenían una idea conjunta, sino que compartían valores, intereses y necesidades de la sociedad. Con el tiempo las relaciones se iban afianzando hasta crear intereses mutuos con las partes, una retroalimentación de información de acuerdo con el estatus alcanzado por cada grupo, considerando que existía una participación en la organización para obtener beneficios y donde no prima la prioridad de una serie de intereses y beneficios en detrimento de otro.

En la Figura 1 El modelo de los grupos de interés, se puede visualizar el entorno organizacional, formando parte de un sistema con múltiples interesados, donde están representados de igual forma y tamaño dentro de la gráfica permitiendo mejorar las relaciones con los grupos mediante las acciones de la organización.

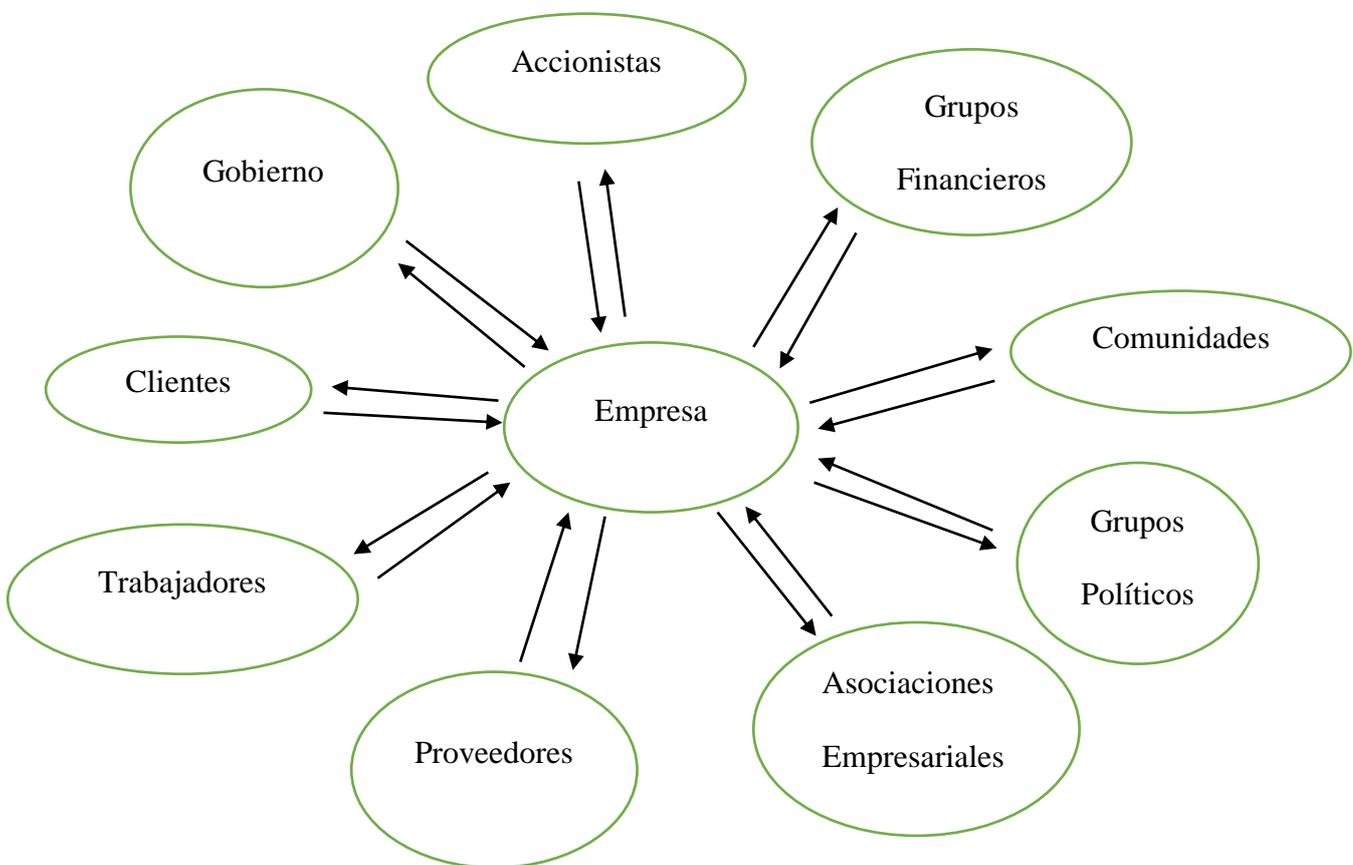


Figura 1. El modelo de los grupos de interés

Fuente: Elaboración propia con base en dato de Donalson y Preston (1995)

En esta misma década, más precisamente en 1997, se dio uno de los sucesos más relevantes y que actualmente es reconocida internacionalmente en la elaboración de

memorias de sostenibilidad, las normas GRI (Global Reporting Initiative). Está compuesta por 36 Normas de Sostenibilidad de la GRI agrupadas en 4 series:

GRI 100 Normas Universales

GRI 200 Estándares Económicos

GRI 300 Estándares Ambientales

GRI 400 Estándares Sociales

Estos estándares son claves para la elaboración y publicación de las memorias de sostenibilidad, que se enfocan en desarrollar y diseminar guías a nivel global para empresas que deseen, de manera voluntaria, emitir un informe sobre el área económica, social y medioambiental de sus actividades, productos y servicios. Era, y lo sigue siendo en la actualidad, muy importante para una empresa debido a que reflejaba su compromiso con el futuro, con el mundo en todos sus aspectos ya sea en zonas locales, regionales o internacionales. Es una práctica muy bien vista desde los clientes, sus proveedores, que sin dudas beneficiaba y lo fortalecía en el mercado.

En la época moderna, década del 2000, la responsabilidad social es vista como un elemento ético, para que de ese modo crear una de autonomía personal y de libertad responsable, basándose en que las acciones de RSE implican deberes, leyes y reglamentos.

A lo largo de la historia las empresas fueron adoptando el concepto, incorporándolo en el corazón de la gerencia organizacional. Ya no es solo la obtención de riquezas, sino un compromiso hilado a miles de relaciones, una toma de consciencia a largo plazo pensando en el bien de las futuras generaciones.

En Argentina es una práctica que fue evolucionando gradualmente en comparación al mundo, pero que llegó para quedarse. Un referente esencial en la

incursión de dichas prácticas en el país, a nivel nacional y regional, fue la fundación del Instituto Argentino de Responsabilidad Social y Sustentabilidad (IARSE) con el fin de brindar información sobre el concepto de responsabilidad social y la aplicación de las prácticas para el desarrollo sustentable en Argentina y la región.

Muchas veces las ideas antiguas, conservadoras, la poca modernización de las empresas regionales y la falta de conociendo sobre temas actualizados, llevan a no interesarse en tomar medidas sobre el cuidado medioambiental. No tener un ente regulador sobre estas prácticas forma para de la poca aplicación de la responsabilidad social empresarial tanto para el sector industrial como el comercio diario.

Otro tema visible es el poco valor que el cliente, la comunidad en conjunto les da a las organizaciones, ya sea micro, pequeña o mediana, que realmente se interesan por el cuidado ecológico. Se sabe que es un factor que da beneficios siempre y cuando el cliente lo retroalimiente con la satisfacción o distinga el hecho voluntario. De otro modo no es conveniente la inversión.

A lo largo de este trabajo se vio la evolución conceptual del término RSE, como se fue incursionando y cómo afecta a las regiones y a pesar de eso no existe una definición universal. Tal vez una de las más completas es la que enuncia la ISO 26000:

la responsabilidad de una organización respecto de los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente, por medio de un comportamiento transparente y ético que: contribuya al desarrollo sostenible, la salud y el bienestar general de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas, *stakeholders*; esté en cumplimiento con las

legislaciones aplicables y sea consistente en normas internacionales de comportamiento; y esté integrada a través de toda la organización y practicada en sus relaciones. (Montero Serrano, 2012, págs. 110-111)

La ISO 26000 es una norma internacional que sirve como guía que comparte indicios de responsabilidad. Es una herramienta que orienta a la sociedad y la empresa en general al compromiso moral, la pertinencia con el contexto ambiental y el bienestar social.

Un concepto muy familiarizado con la ISO 26000 es el de sustentabilidad, basándose en los tres aspectos fundamentales: lo económico, lo social y lo ambiental.

Siguiendo con la sustentabilidad, tuvo su enriquecimiento a lo largo de los años, y se llegó a un concepto moderno más aceptado a nivel global: “sustentabilidad es la habilidad de lograr una prosperidad económica sostenida en el tiempo protegiendo al mismo tiempo los sistemas naturales del planeta y proveyendo una alta calidad de vida para las personas” (Calvente, 2007, pág. 3).

En el contexto argentino, se sumó al sistema de la responsabilidad social empresarial la Resolución Técnica N° 36 dictada por la Federación de Consejos Profesionales Argentinos de Ciencias Económicas (FACPCE). Trata ciertos aspectos del comportamiento social y ambiental de los entes que no son reflejados en sus estados contables incorporando lo que se denominó balance social.

La RT 36 introduce el balance social, también denominado contabilidad social, es un informe voluntario que las empresas pueden emitir a partir de los ejercicios iniciados el 01/01/2013. Debe exponer, medir y divulgar en forma clara y precisa, los resultados de

la aplicación de la política social de la empresa siendo una herramienta de administración y control.

Una herramienta disponible es el tablero de control, un sistema de mediciones que se utiliza para diagnosticar situaciones y como un medio de control presentando información uniforme y confiable. Se basa en datos lo que le permite diagnosticar situaciones futuras y tomar decisiones.

Es una herramienta muy empleada por la alta gerencia debido a su valor de contribuir en la evolución de la actividad de la compañía, sus objetivos estratégicos y sus resultados permitiendo una eficaz visión empresarial.

Otra herramienta sumamente importante es el manual de procedimientos que brinda información sobre la operatoria organizacional, de uso cotidiano ya que permite orientar el desempeño de los trabajadores y facilitar el control interno.

Al hablar de procedimientos nos referimos a una guía concreta de acciones y labores aconsejando un desarrollo más efectivo que admita la toma de decisiones.

Por todo lo antes dicho se busca dar respuesta a los siguientes interrogantes: ¿Existe conocimiento por parte del sector industrial y comercial de la provincia sobre responsabilidad social empresarial? Y si existe... ¿Cuál es el interés de las empresas por aplicar estas prácticas en beneficio propio, del cliente y de la comunidad?

Se plantea la problemática debido a la falta de aplicación de la responsabilidad social empresarial en la provincia de Santiago del Estero, investigando sobre cuáles son las razones y por qué es tan poco considerado el tema, por qué dichas prácticas están faltas en el ámbito empresarial de esa provincia.

Para dar solución a las preguntas de investigación se formula el siguiente objetivo general: Diseñar una guía de pasos para enfocarse en la RSE para empresas de manipulación de vidrio en la provincia de Santiago del Estero, año 2020.

Como modo de dar cumplimiento al objetivo general se generan los siguientes objetivos específicos:

1. Conocer el curso habitual de la actividad manipulación de vidrio a efectos de la determinación de la RSE.
2. Analizar los puntos más relevantes de las RSE para ser incorporados a la guía.
3. Analizar los aspectos a tener presente para la confección de una guía de pasos para el rubro.

Métodos

Diseño

La investigación planteada fue de tipo exploratorio, es decir, investiga problemas poco o nada estudiados, o bien, que se estudiaron, pero de los cuales se alcanzaron pocos conocimientos científicos. En este caso, un breve repaso a lo largo de la historia de la responsabilidad social empresarial, sus principales sucesos, factores influyentes en su conceptualización y como en la modernidad el concepto está inmerso en el ámbito organizacional.

Se realizó una investigación del tipo cualitativo, utilizando la recolección de datos sin medición numérica, permitiendo conocer cuál era la relación de las empresas con la incorporación gradual de la responsabilidad social en el mundo, desde la alta gerencia hasta la influencia de los grupos de interés *Stakeholders*.

El diseño fue no experimental dado que la investigación se realizó sin la manipulación deliberada de variables y se observaron los fenómenos tal cual para después analizarlos. Esos fenómenos eran la conceptualización de la responsabilidad social y la evolución de una definición íntegra para uso global. Fue del tipo transversal por que los datos fueron recopilados en un momento único del tiempo que fue el año 2020.

Participantes

La población es la totalidad o el conjunto de elementos o sujetos que comparten una serie de especificaciones. La investigación se basó en la población de Pymes en la provincia de Santiago del Estero.

La muestra fue del tipo no probabilístico intencional donde se seleccionó la empresa que forma la muestra de este trabajo. No es mecánico ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador

o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación. La empresa dio el consentimiento informado que se muestra en el anexo 1.

La muestra se basó en empresas de manipulación de vidrio de la ciudad capital de la provincia de Santiago del Estero en el año 2020.

Instrumentos

Para la presente investigación se utilizaron diversos instrumentos de recolección de datos que fueron necesarios para el enriquecimiento de conocimientos como investigaciones de una amplia gama de analistas en responsabilidad social empresarial, informes de revistas destacadas, libros de autores reconocidos en la materia, normas nacionales e internacionales.

Se realizó una entrevista con el dueño de la empresa donde se obtuvo la información necesaria sobre el curso habitual de la operatoria, composición del personal, clientes, modo de trabajar y todo lo referente a su compromiso con las RSE. Dichas preguntas se encuentran en el anexo 2.

Google académico fue una gran herramienta que facilitó la búsqueda de los elementos antes mencionados, nombrando los autores que sirvieron para incluir en la investigación. También se hizo un análisis de la información referida a la provincia de Santiago del Estero para conocer cuál es la incidencia en la zona.

Debido a la cantidad de información sobre la materia se decidió transitar un camino que sirvió de guía para la selección del material. Después de tomar dicho criterio se procedió a la redacción de los hechos más relevante a lo largo de la historia del concepto responsabilidad social empresarial en el mundo, en el país y en la provincia.

Análisis de datos

El análisis de datos fue puramente cualitativo, recabando información de todo tipo al inicio. Lo que era más relevante se transcribió en una planilla de Word a modo de ir apuntando ideas que ayudarían a la redacción con sus respectivos autores y si era necesario el link o cualquier otro tipo de información adicional.

Los datos obtenidos de las entrevistas, fueron recabados de fuentes confiables, lo cual le otorgo credibilidad y fidelidad a la información, por ende, calidad. Si bien no se utilizaron todos los datos, se hizo un relevamiento de lo más necesario para la investigación, obteniendo lo más sobresaliente al tema tratado. Todo este proceso a su vez se iba almacenando en pendrive y planillas de Word.

Al tener una estructura ideada de cómo sería la investigación se decidió apuntar a los hechos más relevantes de cada década hasta llegar a la actualidad. Luego hubo un foco de atención a nivel país, de manera de saber cuáles eran las bases conceptuales de la responsabilidad social empresarial instaladas en Argentina y con herramientas cuenta nuestra región baso estudio.

Finalmente se analizó la provincia contando con muy poca información, casi nula lo cual llevo a la idea de la poca incursión de las RSE a nivel región.

Resultados

Con la información del presente trabajo se logró la realización de una guía basada en la RSE, dirigida por las normas GRI aplicando los principios de sustentabilidad y las recomendaciones del IARSE.

Se realizó un breve diagnóstico para dar cumplimiento al objetivo general en cuanto al análisis de las empresas santiagueñas y el compromiso con el medioambiente, su relación para con la comunidad y su desempeño económico como modo de demostrar las ventajas que tuvieron con dicha guía.

La actividad diaria de las empresas vidrieras

Para dar cumplimiento a este objetivo específico se recopiló información de las empresas santiagueñas dedicadas al rubro del vidrio donde se analizó cual era el curso habitual de la labor, consultando a sus respectivos dueños de qué manera lo hacían.

La comunicación se realizó por diferentes medios, con preguntas puntuales sobre cómo era el trabajo que realizaban sobre el vidrio, de qué manera lo manipulaban para su cuidado, que tipo de maquinaria se usaba para llegar al objetivo del cliente y cuál era su conocimiento sobre las RSE.

También se pudo conocer el tipo de infraestructura que deben tener dichas empresas, cuales era la capacidad de trabajadores necesarios, el cuidado físico y todo tipo de especificaciones necesarias que el rubro requiere y exige para tener éxito con cada pedido solicitado.

De los antes dicho se obtuvo que las empresas hacían un recorrido diario a los clientes que solicitaban el servicio, realizando medidas, consultando el tipo de vidrio exigido y dando recomendaciones sobre cuál sería el mejor producto. Todo este paso lo hacía un empleado por cada cliente, que iniciaba y terminaba dicha labor.

Una vez que tomaban el pedido, se solicitaba al sector de máquinas el trabajado específico, que el cliente solicitaba dándole forma según las características exigidas, separando los residuos dependiendo el tamaño de los retazos para ser donados o reciclados.

Las maquinas eran manipuladas entre 3 o 4 trabajadores para su funcionamiento, previa capacitación. Dichos trabajadores contaban con el equipamiento de seguridad, cascos, lentes, ropa de trabajo de grafa y una manga especial que servía para el manejo adecuado del vidrio.

La responsabilidad social empresarial como punto de partida para una guía de pasos.

Por lo antes dicho y destacando que es el tema central, la responsabilidad social influyo de manera primordial al aportar de los factores principales en la aplicación del cuidado del medioambiente, el desempeño de las empresas en el ámbito social y la relación económica del sector determinando que tan influyentes son para el mercado y la provincia.

Instituciones como el Instituto Argentino de Responsabilidad Social y Sustentabilidad junto con las normas GRI fueron las bases que sirvieron de guía para diseñar los pasos que encaminaron hacia la RSE al rubro en estudio.

El desarrollo del concepto a lo largo de los años fue necesario para entender cuál es el objetivo primordial de la RSE y que es lo busca incorporar en la empresa moderna.

Dentro de la búsqueda de información de las empresas, se consultó cual era el conocimiento teórico y práctico del concepto de responsabilidad social empresarial, existiendo un vacío enorme en cuanto a la aplicación práctica dentro de la actividad. Se desconocía la existencia de instituciones, normas y todo tipo de material didáctico.

Aspectos necesarios para la confección de una guía futura de RSE

Por lo observado se distinguió puntos críticos relacionados con la responsabilidad social, el medioambiente, lo social y lo económico para ser aplicados a una guía no solo para empresas de vidrio sino para todo tipo de empresas que tengas una operatoria similar.

Las relaciones laborales se mantenían delicadas debido a las diferentes personalidades, a la relación que existía entre dueño-trabajador, lo cual se generaba un recelo y una competencia interna. Otro factor que influía era la falta de educación porque no todos tenían las mismas capacidades, ni los mismos estudios. No veían el beneficio de trabajo en equipo a pesar de las innumerables veces que se intentó fomentarlo.

Las capacitaciones eran solo para el personal que lo necesitaba, dejando de lado al resto. Las rotaciones no existían, cada empleado tenía su puesto que lo venían conservando de hace años atrás.

La falta de capitales no permitía la educación más que la justa y necesaria, ni tampoco existía un incentivo por fomentarlo, asumiendo que no habría un interés por parte de los trabajadores.

Otra falta es el interés por el empleado desde el enfoque personal. Aquí se observaron dos situaciones: una desde la familia del trabajador, cuál era el interés de la empresa por ellos, la preocupación por la salud de los integrantes era muy superficial y la segunda era como se sentía el trabajador con su puesto de trabajo, no había una encuesta de satisfacción ni un rol por parte de la gerencia por descubrir cuáles eran sus ánimos a la hora de realizar la tarea diaria, lo que se traducía en enojos diarios debido al poco compromiso para con la empresa.

La tarea comunitaria no existía, el interés por la comunidad era nula considerando que no lo ven como un beneficio para la empresa, justificándose que su producto no llega a la comunidad en general sino más bien a clientes con cierto poder adquisitivo.

Lo más cercano que compartían como grupo fueron los famosos asados de viernes al mediodía, donde si era aportado por el dueño. Un punto fue rescatado por el dueño fueron los brindis de fin de año y la caja navideña.

Las reglamentaciones de seguridad eran cumplidas al pie de la letra, donde cada trabajador contaba con los elementos de trabajo para su seguridad. El lugar estaba equipado y certificado por un licenciado en higiene y seguridad, matafuegos, salidas de emergencia, indicaciones en caso de accidentes, etc. Todo esto se pudo apreciar vía zoom.

Una de las preguntas dentro de la investigación del rubro fue si sabían que existía un día del vidriero, a la cual se vieron sorprendidos.

El cuidado de medioambiente fue otro punto de total desinterés. Se quejaban de los altos costos de electricidad, pero tampoco tenían un proyecto sobre inversión en energía renovable, fundamentándose en lo costoso que sería.

Los vehículos se repartían entre nafta y diésel, estando muy lejos de considerar algún otro tipo de movilidad que no contamine tanto.

Los productos y las maquinarias que se manipulaban cumplen con las normas ISO y están dentro de los parámetros aceptados por las normas GRI, siendo no contaminantes ni perjudiciales para el entorno. La información suministrada por sus proveedores da la certeza de que sus productos no dañan el medioambiente, son degradables con mayor rapidez y se pueden reciclar, considerando que para ellos es el proveedor ideal.

Siguiendo con la materia prima se llegó al tema residuos, un tema a desarrollar en el futuro por parte de la empresa, donde la idea principal era obtener maquinaria de

reciclaje. Al no tener como reciclar, se donaban los retazos de vidrios sobrantes a los recicladores que concurrían a las instalaciones, para luego ser manipulado de algún modo el desperdicio y ser revendido en forma de espejos, ventanas, ser usados en adornos, etc.

En cuanto a posición de mercado, se consideraban una de las empresas más grandes del rubro, distinguiéndose en servicio y calidad lo cual el producto ofrecido era destinado a un nivel social alto. Ofrecían servicios postventa con garantía en caso de que el trabajo se haya realizado mal o defectuoso.

En cuanto a la satisfacción del cliente no había ningún tipo de indicador. El vínculo terminaba una vez finalizado el trabajo. Desde este punto lo importante era solo vender el producto, cobrar y nada más considerando por ejemplo que una ventana se cambiaba cada 10 años y por un lapso prolongado de tiempo el cliente no volvería.

Discusión

Sobre el marco conceptual de la RSE se decide desarrollar una guía de pasos que se encamine hacia la responsabilidad social empresarial de cara a una provincia, determinando cual es el conocimiento teórico y práctico por parte del grupo empresarial, de modo de dar respuestas a la problemática planteada.

La investigación es importante porque es un tema de muy poco conocimiento, descubriendo el poco interés a nivel capital del sector comercial, donde no tiene un alcance institucional existiendo un vacío entre su aplicación y la realidad de las empresas de la región, por lo tanto, es de gran utilidad para futuras investigaciones o para que al menos el concepto se vaya incursionando en el ámbito.

Desde el punto de vista de la actividad habitual, enfoque necesario para cumplir el objetivo, la investigación en curso sería de gran utilidad debido a la ausencia de RSE en las organizaciones de vidrio, estando lejos de cumplir parámetros destinados a los tres puntos fuertes de la sustentabilidad. La educación en la materia desde la alta gerencia hasta los cargos más bajos, son de total desconocimiento. Hay medidas que se cumplen, como las de seguridad de los trabajadores en el sector maquinas o la política de desechos, puntos a destacar que no son suficientes en una industria que crece cada día más socialmente.

Uno de los conceptos más modernos reflejado en los antecedentes es, la responsabilidad de una organización respecto de los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente, por medio de un comportamiento transparente y ético que: contribuya al desarrollo sostenible, la salud y el bienestar general de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas, *stakeholders*; esté en cumplimiento con las legislaciones aplicables y sea consistente en

normas internacionales de comportamiento; y esté integrada a través de toda la organización y practicada en sus relaciones Montero Serrano (2012), describe un conjunto de semblantes que forman el círculo de una empresa sustentable, exigidas cada vez más por una sociedad globalizada y comprometida, puntos relevantes de la RSE para ser incorporados a la guía de este trabajo, que lejos están de ser aprovechados en la zona geográfica bajo análisis. Los dueños deben inculcar estos hábitos en beneficio propio otorgando un valor agregado a sus empresas.

De los aspectos a tener en cuenta, medioambiente, social y económico, lo más sobresaliente son las normas GRI (Global Reporting Initiative) compuesta por 36 Normas de Sostenibilidad agrupadas en 4 series:

GRI 100 Normas Universales

GRI 200 Estándares Económicos

GRI 300 Estándares Ambientales

GRI 400 Estándares Sociales

Este antecedente es tal vez de los informes más complejos en sustentabilidad, que relacionado a los resultados, no coincide con la idea de que las empresas empiecen a adoptarlas antes de que sean requeridas, para facilitar al gobierno informar sobre emisiones, uso de electricidad y agua, prácticas laborales y otros temas. Paralelamente con esta reflexión surge la opinión de los empresarios, dando a entender que jamás una oficina gubernamental los hizo saber sobre estas normas.

Después de haber hecho un recorrido a lo largo de la historia de la responsabilidad social, desde el pionero Bowen (1953) quien tuvo las primeras inquietas sobre el concepto, la incidencia de la sustentabilidad y las instituciones dedicadas a brindar apoyo

a las empresas modernas para orientar las acciones, se llega a la instancia de cuál es la incidencia sobre los objetivos planteados.

Haciendo hincapié en uno de los primeros conceptos, las obligaciones de los empresarios para impulsar políticas corporativas para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad Bowen (1953), no se ve reflejado en el ámbito provincial, debido a que los dueños no enfocan sus intereses en mejorar los valores sociales ni se plantean objetivos que direccionen proyectos a largo plazo sobre RSE. Todo lo desarrollado en materia de responsabilidad social y sustentabilidad es muy poco aplicado, casi nulo, en el sector de la industria del vidrio.

Conducir los negocios de acuerdo con los deseos de ellos, que generalmente serán deseos de hacer tanto dinero como sea posible ateniéndose a las reglas básicas de la sociedad, tanto las incorporadas en la ley como las incorporadas en las costumbres éticas, Friedman (1970), de la información obtenida de los dueños, existe un total desconocimiento de lo que significa ser socialmente responsable no solo como propietario, sino también como trabajador y sobre cuál es el beneficio para ambas partes. Ciertos puntos eran de conocimiento general pero el interés por su aplicación no era algo que estaba en sus planes. Existen al menos ocho ítems, según el grado de importancia, determinado por la frecuencia con que aludían a estos los empresarios, los cuales fueron consultados. En primer lugar, la retribución a la sociedad, acciones filantrópicas que existen en la mente del empresario pero que no le dedican el tiempo necesario para detenerse y realizar acciones comunitarias. El donar residuos, cajas navideñas o colaborar con algunos alimentos a personas que piden en los alrededores de las instalaciones es

considerado más que suficiente, siempre limitado el pensamiento del bien social como empresa.

En segundo lugar, el apoyo a los trabajadores, visión sumamente centralizada que mantienen, donde existe cierto temor por el jefe, el miedo a no cometer errores. Si bien existen momentos en donde las charlas son relajadas y el ambiente laboral no es tenso, no se da lugar a los trabajos en equipos y la confianza es limitada. El cumulo de situaciones pasadas y presentes hace que todavía las relaciones laborales no dejen fluir las opiniones. Consideran que al brindar confianza más de la prevista, hace que los trabajadores bajen su rendimiento, no valoran las acciones que se realizan por ellos, por ejemplo, el trabajo en blanco, y genera el temor de futuras denuncias hacia la empresa. Es por eso que prefieren mantener estas relaciones, a correr riesgos. Un antecedente o un libro de RSE pueden hablar de la descentralización o de los trabajos, realidad que no se cumple en la provincia. Los empresarios lo asocian a la falta de educación, a la falta de proyecciones futuras y por sobre todo al poco compromiso con la empresa.

En tercer lugar, algo que se destaca según los resultados obtenidos, es el cumplimiento de la ley, algo que se destaca en los conceptos de responsabilidad social empresarial. Consideran que es de suma importancia realizar los aportes necesarios a sus trabajadores y al fisco, en sus tres frentes, nacional, provincial y municipal. Se incluyen también las cuentas con proveedores, manteniendo buenas relaciones debido a la facilidad de financiación, confianza y credibilidad en el producto.

Un cuarto y no menor ítem es, la utilidad de beneficios de la mano de lo social y el medioambiente. Unir estos conceptos requiere de una necesaria toma de consciencia por parte de las empresas bajo estudio, proyecto que no está incluido ni en el corto ni el largo plazo. Muchas veces es preciso instalar la idea como puntapié para generar la duda

que en un futuro logre sus resultados. Tal vez la encuesta de esta investigación genere la inquietud necesaria para hacer razonar a las organizaciones a ser más sustentables para no solo generar valor para los dueños sino también para el conjunto que conforma el entorno.

Por lo antes dicho la problemática no tuvo el desenlace esperado existiendo una laguna tanto de los conocimientos teóricos como de las instituciones que brindar asesoramiento. Al preguntar sobre normas GRI, sus tres aspectos o si sabían que era el IARSE, los documento que elabora a manera de guías, propuestas y manuales que conllevan a una empresa a ser socialmente responsable, sus rostros eran de sorpresa y duda, con una tímida sonrisa debido a la falta noción.

Esto último mencionado tiene relación con el hecho de que la información de las mencionadas instituciones no llega a muchas provincias del interior del país, el conocimiento no existe si no es por una investigación propia de los dueños, lo que se refleja en la parte de resultados y el por qué no hay medidas destinadas al cuidado del medioambiente o a otorgar apoyo a la sociedad, estando muy lejos de ser socialmente responsables.

Partiendo de la crítica de Friedman (1970) la responsabilidad social de los empresarios era incrementar sus ganancias, se asemeja más a los resultados obtenidos en las entrevistas, una idea más primitiva y de supervivencia con muy poco de asociación con la empresa moderna y los conceptos globalizados que se manejan a nivel mundial. Los resultados obtenidos dejan claro que el sector del rubro vidriería se encuentra en una especie de zona de confort, con una baja competitividad lo cual aseguran un margen de ventas que le es suficiente.

En los antecedentes habla de los grupos de interés, noción introducida en los noventa, quien enfatiza en darle nombre a los grupos o personas de las empresas para que al considerar las orientaciones o actividades de la empresa, estas tengan nombres o caras, y así poder determinar con quien ser socialmente responsable y, por ende, ponderar la importancia de los *Stakeholders*, Freeman (1984), entorno importante vinculado directamente con la organización que ejerce cierta presión sobre la actividad diaria donde si se lo relaciona con los resultados son una sombra que muy poco se habla debido a grandes ausencias. Por un lado, al no ser grandes empresa, la dirección se lleva a cabo por el dueño y algún hijo, lo cual la idea de accionista aquí no existe. Si bien hablamos de clientes y proveedores, no son vínculos fuertemente estrechos como la RSE lo recomienda o lo describe. Algo que, si produce un enojo, es el poco interés por parte del gobierno provincial, al no brindar ningún tipo de créditos o ayuda en programas de capacitación, dejando al sector al margen y solo enfocándose en las grandes industrias de la región. Puntualmente hablando del gobierno, hubo un repudio remarcando la corrupción que viven las pequeñas y medianas empresas, donde consideran que los fondos nunca llegan y si llegan son concedidos a los amigos del poder.

Siguiendo esta línea, las empresas para financiarse deben recurrir a los bancos pagando altas tasas de interés, lo que muchas veces son esquivadas, desmotivando las futuras inversiones. A su vez hablando desde la visión social, consideran que no es una ventaja que les permita generar mayores ganancias o ganar imagen, debido a que las personas no se enfocan en el desempeño como organización, solo contrata el servicio porque lo quieren sin ningún tipo de distinción. No existe una exigencia social, no hay una retroalimentación que tiente a las empresas a mejorar en dicho aspecto.

En el análisis social, la ciudad de Santiago del Estero no es considerada de las más cultas a nivel nación ni de un poder adquisitivo importante, dependiendo en casi un 85% de la plaza laboral del Estado provincial y municipal. Es también el reflejo de una región que recién va en ascenso, estando en un atraso de 10 o 15 años en relación a las grandes ciudades donde los factores de sustentabilidad son aplicados en su mayoría y sobre todo son valorados, son bien vistos, distinguidos, marcando una diferencia y reforzando la imagen de la empresa. Todo esto da razones para comprender el porqué de la falta de responsabilidad social, algo que se inicia desde la ideología de la alta gerencia, de comité de accionista o de un simple dueño hacia los mandos más bajos.

Por lo dicho hasta ahora se deja en claro lo difícil que es dar una respuesta a la problemática abordada, al menos para el sector bajo estudio, confiando que en el futuro por medio de un enriquecimiento teórico y la evolución social se informen más sobre cuestiones de responsabilidad social, acompañado de un avance global de ideas.

Ya se comparó las normas GRI y el IARSE dejando claro que no son de conocimiento en la provincia. Hablando de la RT 36 con el balance social, este último fue ideado por una contadora de la provincia e investigando sobre su aplicación, al no ser obligatorio las empresas no lo realizan, falencia que va de la mano con el Consejo de Profesionales en Ciencias Económicas de Santiago del Estero por la poca información brindada hacia el sector comercial en general, no existe un incentivo por realizarlo ni mucho menos es exigido por la institución.

Si se suman los acontecimientos que se van describiendo en comparación con el alcance de la información, se sigue detallando la ausencia y las razones por la cual las empresas del medio santiagueño no son socialmente responsables ni sustentables. Es un elemento repetitivo en los resultados de la investigación la dificultad que han tenido, tanto

empresas como el entorno, para definir el concepto y, más aún, para entender su forma de aplicación. El estar interiorizado con la RSE va más allá de su comprensión, es valorar lo que representa realmente para una empresa, un cumplimiento consciente y congruente tanto interno como externo.

Este concepto incluido en los antecedentes de sustentabilidad, la sustentabilidad es la habilidad de lograr una prosperidad económica sostenida en el tiempo protegiendo al mismo tiempo los sistemas naturales del planeta y proveyendo una alta calidad de vida para las personas Calvente (2007), es una definición ideal lejos de ser cumplida en la región geográfica. La noción de sustentabilidad sería más inclusiva si existiera por parte del estado la exigencia de incluir obligatoriamente en los balances de las empresas lo que enuncia la RT 36 e incorporando al contrato social el desarrollo de estrategias y acciones direccionados hacia el conjunto de públicos objetivos, comunidad, medio ambiente, proveedores, personal, etcétera. Todos estos ítems podrían ser guiados utilizando como marco de referencia a las normas GRI y a las guías desarrolladas por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social y Sustentabilidad. De esta manera, la ciudadanía podrá acceder a información de las empresas del rubro y juzgarlas a su criterio. Hoy por hoy no se cumple esta regla, pero sería un buen punto de partida de cara al futuro.

Siguiendo con el análisis de los resultados, las empresas bajo estudio tienen una trayectoria de más de 30 años en el mercado, lo cual sufrieron varias crisis que no supieron aprovechar como oportunidad para encaminarse hacia la RSE. Es decir, que la RSE se inscribe en los valores y en la visión de la empresa y, por tanto, es un compromiso histórico y a largo plazo de integración con la comunidad y no una respuesta reactiva a la coyuntura nacional. La crisis ha movilizó una reacción de tipo asistencial típicamente acompañada por cierta comunicación externa, pero no el desarrollo local de la RSE.

Tampoco hubo una presión desde el sector social para aumentar sus acciones en base a la comunidad, debido a la falta de acceso a información de este tipo. Básicamente no es de interés comunal.

No estamos frente a un cambio de paradigma sobre cómo cambiar o re direccionar a la empresa santiagueña hacia la empresa sustentable. El análisis de los datos recogidos no ha permitido visualizar que existan indicios para pensar que se está en presencia de un cambio de paradigma en cuanto al rol que las empresas consideran tener en el desarrollo de la sociedad. La visión se sigue centrando en el pensamiento de los dueños o accionistas, dejando de lado una visión conjunta que incorpore a los demás actores sociales, comunidad, clientes, gobierno, grupos financieros, etcétera.

Algo que la cúpula empresarial no puede ver es que la aplicación de la responsabilidad social o las prácticas de sustentabilidad son una inversión. No tienen un staff capacitado en medioambiente o al menos no se toma a las personas por su manera de pensar, solo se visualiza a la persona desde el enfoque laboral. No están interesados en incorporar una persona con una carrera o profesión competente en el área a la responsabilidad social empresarial, por ende, las ideas ambientales, las comunicaciones tanto internas como externas, la preocupación por la comunidad, las exigencias al gobierno, no existen. No hay quien haga de hilo conductor entre la empresa y el entorno.

Por último, numerosos fueron los autores que desarrollaron el concepto, cada uno enfocándose en su visión a futuro, dando forma a lo que hoy se conoce como ser socialmente responsable como corporación, pero la realidad es que se hace referencia unánime a desarrollar y a profundizar un conjunto de valores organizacionales que la empresa considera esenciales para el desarrollo exitoso del negocio. Es decir, son valores y creencias que permiten sostener el día a día tanto dentro de la empresa como en sus

relaciones con el exterior. En ese sentido, se habla de una forma específica de hacer negocios que distingue a la empresa y la hace ser quien es. Es parte de su identidad y de su capital simbólico. Es por eso que cada sector del país tiene sus modos de brindar el servicio acorde a lo que lo rodea, amoldando una estructura según las exigencias del entorno hasta encontrar el punto de confort que le permita obtener ganancias sin ninguna otra inquietud o responsabilidad que perjudique el nombre de la organización.

Una gran limitación es la existencia del COVID-19 que impide la movilidad, no pudiendo tener entrevistas en persona, poder visitar las instalaciones, tener charlas con los empleados y ver las inmediaciones de la comunidad que rodea la empresa bajo estudio. Las comunicaciones se hacen por medio de zoom y whatsapp, donde solo queda constancia de la opinión de los dueños, no pudiendo observar gestos, movimiento de las personas, las cuales son necesarias para emitir juicios de valor propio.

Otra limitación, es la nula investigación sobre responsabilidad social empresarial y sustentabilidad en la provincia de Santiago del Estero, información que podría haber sido citada o incorporada al trabajo o simplemente ser usada como guía.

Dentro de las fortalezas se encuentra la predisposición de los dueños de las empresas para brindar material, contestando cada una de las preguntas que se le hizo con total amplitud y sin dejar nada de lado. El buen humor y la confianza en las charlas es un factor primordial para desarrollar una buena entrevista.

Este trabajo es otra fortaleza al ser una guía general que le servirá a cualquier tipo de empresa que opte por aplicar la responsabilidad social empresarial a su emprendimiento, tomar ítems que les sirva en algún sector o área, esparcir su ideología por medio de las páginas del IARSE o las GRI para implementar algún proyecto futuro o simplemente tomar consciencia sobre el medioambiente. Un punto muy importante a

destacar es que probablemente es la primera investigación realizada en la provincia sobre determinado rubro que a la vez es de total aplicación a otros.

Se concluye que, existe una amplia brecha entre las empresas de provincias desarrolladas con las del medio santiagueño, donde la sociedad no exige a las organizaciones los parámetros medioambientales existiendo un desinterés de ambas partes por proteger las futuras generaciones. Es tal vez el poco alcance de la información, instituciones relajadas haciendo vista gorda donde no contemplan la responsabilidad social y por ende no exigirla, considerando que todo está bien y en reglamentación. Pensar en una sociedad poco educada es acertado, no hay capacitación sobre nuevos temas evolucionados que mejoren la perspectiva de las personas hacia el cambio global, no hay una mirada hacia el mundo, a cómo crece la globalización, existe un miedo constante de lo nuevo y un conformismo, pensando que en como desarrollan su negocio los mantiene dentro de un marco necesario para la supervivencia.

Se descubren falencias en el sector comercial e industrial de la provincia, muchas veces sin poder comprender cuál es la verdadera razón del abandono por buscar nuevas oportunidades, por superarse.

Se recomienda que se realicen más investigaciones sobre la RSE y la sustentabilidad, con la esperanza de que este trabajo sea necesario no solo como guía sino para tomar consciencia de lo necesario que es ser una empresa responsable para el medio santiagueño y de ese modo proteger más los recursos de los que se disponen.

Una última recomendación es la de aplicar e insertar esta nueva tendencia de cuidado ambiental, de saber que los tiempos han cambiado, de que el mundo está dañado y no hacemos nada por subsanarlo, que desde lo social saber cuál es nuestra posición de responsabilidad para aportar como seres humanos, tener sentido de pertenencia, empatía

por los demás, combinado con lo económico de modo que se genere un beneficio en favor de las empresas para la supervivencia. Se debe tomar consciencia de lo importante que es y será la responsabilidad social empresarial.

Referencias

- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the businessman*. New York, New York, EE.UU.
- Calvente, A. M. (2007, Junio). El concepto moderno de sustentabilidad.
- Carson, L. R. (1962). *Silent Spring*. Boston, Estados Unidos : Houghton Mifflin Harcourt.
- Freeman, R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Retrieved Marzo 16, 2020
- Friedman, M. (1970, September 30). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times*.
- Hernandez, S. (2010).
- Montero Serrano, M. (2012, Mayo). *La Responsabilidad Social y la norma ISO 26000*.

Anexo I

Documento de consentimiento informado

Consentimiento Informado para participantes de investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveerles a los participantes una clara explicación de la naturaleza de la investigación y su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por _____, de la Universidad Siglo 21.

La meta de este estudio es _____

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente _____ minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, se destruirán las grabaciones.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por _____
 _____ . He sido informado (a) de que la meta de este estudio es _____

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente _____ minutos.

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 este haya concluido. Para esto, puedo contactar a _____.

Nombre del participante

Firma del participante

Fecha

Anexo 2

Estas son algunas de las preguntas realizadas en entrevistas:

- ¿Tiene conocimiento de lo que es la responsabilidad social empresarial o ser sustentable?
- Como empresa ¿considera que cuida el medioambiente?
- ¿Sabe lo que significa IARSE y que son las normas GRI?
- ¿Sabe cuándo es el día del vidriero?
- La materia prima utilizada ¿es contaminante? ¿Cuál es la información brindada por el proveedor?
- ¿Cuál es el destino de los residuos?
- En cuanto a sus trabajadores ¿conoce a su familia? ¿se preocupa por ellos?
- ¿La empresa realiza algún tipo de donación o ayuda comunitaria?
- Con respecto al mercado ¿están bien posicionado en el mercado? ¿cree que es suficiente o considera que tiene aspectos por mejorar?
- ¿Las medidas de seguridad e higiene, son las óptimas para las instalaciones?
- ¿Cuál es la relación con el cliente y el servicio postventa?
- ¿Se realizan capacitaciones durante el año?
- ¿Existe la rotación de personal o se mantiene el puesto de trabajo?
- Luego de esta encuesta ¿está en sus planes como dueño tomar una postura más sustentable?
- ¿Se preocupa por la sociedad que rodea las instalaciones?