

UNIVERSIDAD SIGLO 21



**Trabajo Final de Grado
Manuscrito Científico
Carrera Contador Público**

**BENEFICIOS DE INCORPORAR PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIA EN PyMEs**

***“BENEFITS OF INCORPORATING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PRACTICES IN SMEs”***

Autor: Bertaina Silvestre, Delfina

Legajo: CPB04787

DNI: 37.876.597

Director TFG: D’Ercole, Favio

Río Cuarto, Córdoba, Julio 2021.

ÍNDICE

RESUMEN.....	2
INTRODUCCIÓN	4
<i>Objetivo general:</i>	19
<i>Objetivo Específico:</i>	19
MÉTODOS	20
<i>Diseño</i>	20
<i>Participantes</i>	20
<i>Instrumentos</i>	21
<i>Análisis de datos</i>	21
RESULTADOS.....	22
<i>Conocimiento de RSE y su aplicación en las PyMEs de la ciudad de Río Cuarto y la zona.</i>	23
<i>Situación de PyMEs que implementan acciones de RSE, en la ciudad de Río Cuarto y la zona.</i>	24
<i>Importancia de la RSE en las PyMEs.</i>	24
DISCUSIÓN	27
<i>Consideraciones finales</i>	33
REFERENCIAS	37
ANEXOS.....	41
<i>ANEXO 1: Consentimiento Informado</i>	41
<i>ANEXO 2: Cuestionario</i>	42

RESUMEN

La presente investigación tiene como principal objetivo el beneficio y la importancia de incorporar prácticas de Responsabilidad Social Empresaria en PyMEs de la ciudad de Río Cuarto y la zona. Se basó en un estudio de diseño no experimental de tipo transversal y no aleatorio. Los datos fueron recopilados por medio de encuestas confeccionadas por alumnos de la carrera de Contador Público de la Universidad Siglo 21 y de la materia Trabajo Final de Grado, a través de formularios Google. Estas fueron realizadas a PyMEs de la ciudad de Río Cuarto y la zona. Se hizo referencia a los antecedentes y a los hitos que marcaron el inicio de conductas de Responsabilidad Social Empresaria. Los resultados hallados muestran que por más que las PyMEs cuenten con poco conocimiento en prácticas de Responsabilidad Social Empresaria y por más que muchas de ellas ni siquiera las incorpore a su identidad corporativa, poseen una mirada positiva hacia el tema y tienen interés en conocer más, informarse y poder llegar a implementar la RSE en sus empresas, ya que son conscientes que generan beneficios y rentabilidad a futuro.

Palabras claves: Responsabilidad Social Empresaria; PyMEs; identidad corporativa; conocimiento; implementación; beneficios; rentabilidad.

ABSTRACT

The main objective of this research is the benefit and importance of incorporating Corporate Social Responsibility practices in SMEs in the city of Río Cuarto and the area. It was based on a non-experimental, cross-sectional, non-randomized study. The data was collected through surveys made by students of the Public Accountant career of the University Siglo 21 and the subject Final Degree Project, through Google forms. These were carried out to SMEs in the city of Río Cuarto and the area. Reference was made to the background and milestones that marked the beginning of Corporate Social Responsibility behaviors. The results found show that even though SMEs have little knowledge of Corporate Social Responsibility practices and even though many of them do not even incorporate them into their corporate identity, they have a positive outlook on the subject and are interested in learning more about it. get informed and be able to implement CSR in their companies, since they are aware that they generate benefits and profitability in the future.

Keywords: Corporate Social Responsibility; SMEs; corporate identity; knowledge; implementation; Benefits; cost effectiveness.

INTRODUCCIÓN

“Las empresas son el principal motor de crecimiento y desarrollo de un país y del mundo; pero también es cierto que pueden generar un impacto negativo o positivo. Es por esto que resulta imprescindible comprender cómo llegar a minimizar el aporte negativo a la sociedad y maximizar el efecto positivo que se tiene sobre esta” (Benedicto XVI, 2011).

Partiendo de que las empresas no son un ente aislado, sino que forman parte de un entorno social, podría surgir el siguiente interrogante: ¿De qué manera pueden las empresas minimizar el impacto negativo en la sociedad? O, mejor dicho, ¿Cómo pueden ayudar para que sus actividades generen un impacto positivo en la población?

Cada vez son más las organizaciones que reconocen que adoptar un comportamiento socialmente responsable es tan necesario como beneficioso. A partir de lo cual, podrían surgir preguntas del tipo: ¿Qué beneficio tengo, como empresario, adoptar un comportamiento socialmente responsable? ¿Cuánto se beneficiaría mi organización instaurando dicha conducta? ¿Cuál sería el costo de no incorporarlo?

Desde esta perspectiva, entra en juego el concepto de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) como el conjunto de prácticas que persiguen de forma voluntaria la sostenibilidad económica, social, medioambiental de la empresa y la interacción con los stakeholders (grupos de interés).

También entendida como el compromiso con el desarrollo sostenible con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la sociedad teniendo en cuenta los parámetros nombrados en el párrafo anterior.

Los antecedentes de la RSE, se remontan al siglo XIX, en el marco del Cooperativismo y el Asociacionismo, que buscaban conciliar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, apoyo a la comunidad y justicia distributiva.

Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT) la RSE es el conjunto de acciones que las empresas tienen en cuenta para que sus actividades repercutan positivamente sobre la sociedad reafirmando sus principios y valores. Estas prácticas de responsabilidad social empresarial son entendidas como iniciativas voluntarias.

Algunos autores señalan que el origen de estas acciones socialmente responsables se da en la década del treinta y otros en los sesenta, pero este concepto ha ido cobrando importancia desde los noventa tras la llegada de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia ecológica y las nuevas tecnologías.

Cómo establece Volpentesta (2016) en los últimos años del siglo pasado se formó la idea de un desarrollo que no solo optimizase las condiciones de vida de la población actualmente y en un futuro, sino también que fuese factible con una explotación racional que impidiese el daño del medioambiente, denominado desarrollo sostenible.

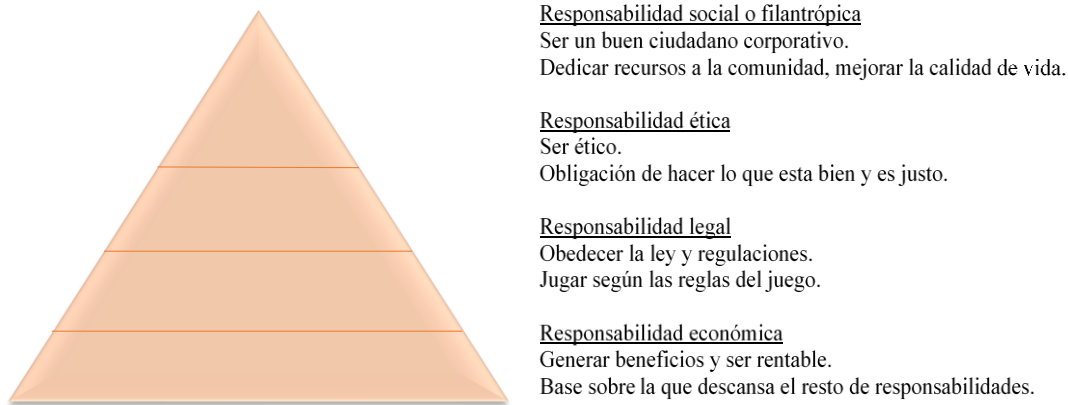
El concepto de RSE, fue tratado por primera vez por Howard R. Bowen (1953) donde cuestiona a las empresas la responsabilidad de devolver a la sociedad lo que esta les facilitó. Es así por lo que las empresas son evaluadas no por lo que producen, sino por lo que le retribuyen a la sociedad.

Otro de los pioneros en este ámbito, es Archie Carroll (1979), el mismo definía a la responsabilidad social como algo legal en donde la ética y la filantropía deben surgir de manera voluntaria por parte de las organizaciones.

Este filantrópico afirma que las empresas contribuyen al bienestar de la sociedad, dando origen a una teoría que lleva su nombre, conocida como “La pirámide de Carroll” (Carroll, 1991).

Dicha teoría plantea cuatro responsabilidades sociales de las empresas, estas son: económicas, legales, éticas y filantrópicas.

Figura 1: Pirámide de Carroll



Fuente: Elaboración propia en base a Carroll (2016).

Carroll (1979) declara que el auténtico debate sobre la noción de responsabilidad social aparece en 1962 con el discutido economista Milton Friedman, quien consideró la responsabilidad social como una doctrina “fundamentalmente subversiva”. Según Friedman, la responsabilidad social de las empresas consistía en incrementar los beneficios de los accionistas.

Mohr, Webb y Harris (2001) definen la RSE como “el compromiso empresarial de maximizar los beneficios en la sociedad eliminando o disminuyendo los posibles efectos negativos que podría causar el desempeño de las actividades”.

Desde otro punto de vista, Server y Villalonga (2005) indican que “Se ha de considerar la RSE como una ventaja competitiva de las empresas, la sociedad optará primeramente por los productos ofertados por una empresa que sea socialmente responsable y que tenga como prioridad el cuidado del medioambiente que los productos de otra empresa que no tenga en cuenta todas estas medidas”.

“La responsabilidad social hace que un problema social se convierta en una oportunidad y beneficio económico, en capacidad productiva, en habilidades humanas, en trabajos bien pagos, evidenciando una notable evolución al relacionar la problemática social y la empresa” (Drucker, 1984, p. 10).

La RSE dictamina que las empresas se deben incorporar voluntariamente a la actuación socialmente responsable, desarrollando técnicas sustentables en la producción y el uso de los recursos naturales (Welford, 2002) Así también dichas empresas con RSE deben comportarse de acuerdo con los intereses que requieran los diferentes grupos de interés (stakeholders), con el objetivo de contribuir a un desarrollo social, ambiental sostenible y económicamente viable (Lafuente, Viñuales, Pueyo y Llaría, 2003).

En las empresas nace el interés de que sus actividades sean sustentables y que, además sean percibidas por la sociedad, así también la RSE se convierte en una nueva forma de hacer negocio y gestionar para cualquier ente (Luna y Rodríguez, 2012).

La responsabilidad social abarca el compromiso y las obligaciones que deben acatar las empresas para lograr una sociedad justa y comprometida con el medio ambiente, aseveraciones equiparadas por la Organización Internacional de Normalización, ISO (2010) al reconocerla como la responsabilidad de las organizaciones sobre su accionar positivo o negativo ante la sociedad y el medio ambiente de acuerdo a los marcos normativos nacionales e internacionales de comportamiento.

De acuerdo con el concepto de RSE de la CCE (2001), se expone en el Libro Verde: La importancia de la creación de valor produciendo bienes y servicios que tengan como condición responder a las demandas de la sociedad generando beneficios para la misma. Una de las orientaciones que sigue este libro a través de sus acciones son las normas, certificaciones e indicadores. Varios años atrás, han surgido en el mundo empresarial, un importante número de normas técnicas, certificaciones, informes, memorias para difundir programas de RSE. Esto ocurre por la omisión de control y regulación que poseen las empresas a nivel mundial y esto trae aparejado consecuencias graves a nivel social.

Según Strandberg (2010), los requerimientos fueron originados por grupos de interés, que comenzaron a solicitar o reclamar a las empresas información no financiera sobre sus acciones de RSE.

En consecuencia, varias organizaciones han creado informes que contienen particularidades sociales y medioambientales que impactan en estas, también información relevante sobre progresos de cada una en relación a sus objetivos con la RSE.

Estos informes o memorias habitualmente tienen un formato normal, y componentes unificadores, su propósito es servir de modelo a las empresas que empiezan a irrumpir en el universo de la RSE. Sin embargo, en ese ejercicio de informar, comenzaron a tener inconvenientes de cómo medir acciones de RSE y sus consecuencias, de manera que la información fuese razonable, integra y organizada. Esto dio origen a distintas normas y guías, entre las más destacadas se encuentran el Pacto Mundial, el Global 11 Reporting Initiative (GRI), SA 8000, AA 1000, la ISO 26000, AECA, los indicadores Ethos de RSE, entre otras.

¿Por qué es importante medir la RSE? Es una práctica esencial para estar al tanto del estado de cumplimiento de los propósitos empresariales. Al conocer los resultados en relación a la RSE ayudará a precisar metas delimitadas en este entorno, y así realizar cambios para obtener una mejora en la forma de actuar.

La comunicación de estos indicadores puede ser efectuada a través de criterios fijados por la propia empresa o de acuerdo a normas ya establecidas. Una norma ofrece un marco creado como base para organizar la comunicación de los indicadores de una manera más efectiva. Si una empresa actúa en base a sus propios criterios, debe informar cómo se han reconocido y medido los indicadores. Por el contrario, si utiliza una norma, esta información ya está incluida en la misma.

Los indicadores de RSE tienen como propósito calcular el impacto que tiene el accionar de las empresas en la sociedad y el medio ambiente, de manera que éstas puedan tomar medidas para transformar lo negativo en positivo.

Estos indicadores al ser interpretados por los stakeholders, contienen un alto nivel de subjetividad, por lo tanto, resulta difícil ver su eficacia en cuanto a los objetivos y consecuencias de RSE que la organización desea comunicar. Lo que se quiere lograr con la aplicación de estos, es incidir en la conducta de los involucrados, es decir, que las empresas y los empleados realicen actividades que se correspondan con los indicadores.

El objetivo de divulgación que se tiene sobre estas normas e informes, es alcanzar transparencia sobre la gestión empresarial. Como establece Strandberg (2010): “los aspectos no financieros y la transparencia parecen percibirse hoy en día como factores de competitividad y creación de valor, así como herramientas de excelencia en la gestión y factores diferenciadores” (p.8).

La aplicación de estas normas de RSE, da las bases para poder entablar un diálogo con los grupos de interés, los cuáles buscan un índice de confiabilidad que les permita saber si lo que las empresas reportan es cierto o no, y si se puede corroborar. “Una norma considerada legítima ofrece credibilidad a la empresa, porque presupone el cumplimiento de unos requisitos establecidos” (Strandberg, 2010, p.8).

Para comprender mejor lo planteado en los párrafos anteriores, se presentará una tabla en donde se exponen las distintas normas que existen a nivel mundial con sus respectivos objetivos y función de cada una, que sirven de guía a los empresarios para que estos puedan dar credibilidad sobre la información que presentan a los distintos grupos de interés.

Tabla 1

NORMAS	OBJETIVOS	FUNCIÓN
<i>Global Reporting Initiative (GRI)</i>	Establecer indicadores estándar en contextos económicos, ambientales y sociales.	Difundir información económica, social, medioambiental
<i>ISO 26000 (Norma Guía)</i>	Evitar confusión e ignorancia en los conceptos básicos de la RSE cuando son aplicados, brindando la orientación adecuada.	Determinar ciertas características que las empresas deben tener para ser responsables socialmente y así contribuir al desarrollo sostenible
<i>Guía del Pacto Mundial</i>	Contribuir a lograr la sustentabilidad de los mercados en los que estamos inmersos.	Trabajar en conjunto con la economía tanto local como global ya que es necesario estar informado para crecer y sobrevivir.
<i>Norma de aseguramiento AA 1000</i>	Lograr calidad en la comunicación al momento de rendir cuentas y evaluar aspectos sociales que realizan las empresas.	Determinar cuáles son esos procesos para hacer frente a las acciones que deben responder las empresas.
<i>SGE 21: 2008 Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable</i>	Lograr un desarrollo sostenible de manera positiva que contribuya, no solo a empresa como tal, sino al entorno en donde se desarrolla.	El desarrollo de un modelo en donde se detallan pautas para identificar, llegar a obtener una clasificación de los grupos de interés (Stakeholders) y determinar planes de acción.
<i>Cuadro central, indicadores sociales AECA (la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas)</i>	Ayudar a la automatización en la generación de contenido cuantificable y comparable en temas de RSE.	Brindar una serie de indicadores que permitan evaluar las acciones por parte de las empresas.
<i>Indicadores ETHOS de Responsabilidad Social Empresarial.</i>	Brindar un lugar en donde se lleve a cabo intercambio de ideas o negociaciones entre pequeñas, medianas y grandes empresas en temas de RSE.	Lograr la participación de las empresas en los llamados problemas sociales con la búsqueda de soluciones a una larga lista de ellos.
<i>Norma Social Accountability 8000 (SA 8000)</i>	Brindar a los empleados mejores condiciones laborales.	Establecer ciertas condiciones aptas para alcanzar un buen y seguro ambiente de trabajo.
<i>Organización para la cooperación y desarrollo económico (OCEDE).</i>	Brindar las pautas de conducta a los países miembros.	Guiar a las empresas multinacionales para contribuir al progreso económico, social y medioambiental.

Fuente: Crespo Guevara y Palacios Romero (2019).

La International Standard Organization (ISO 26000) relaciona la RSE con la sostenibilidad económica, la protección del medioambiente y el bienestar de la sociedad.

En el contexto actual es necesario que las empresas se comprometan con la comunidad y una forma de hacerlo es incorporando prácticas que se involucren con la RSE.

La responsabilidad social empresaria es clave en la evolución de las organizaciones al ser considerada una estrategia de gestión que tiene en cuenta el impacto económico, social y ambiental de sus decisiones en pos de lograr un beneficio empresarial, denotando a los problemas sociales como una desviación significativa en la sostenibilidad y reputación de la empresa (EKOS, 2012), desvalorizando las especulaciones sobre ser una opción de moda para la presentación de informes (Duque, Cardona, y Rendón, 2013).

Cuando se habla de Responsabilidad Social Empresaria, se suele pensar en grandes organizaciones que pueden permitirse un departamento especialmente dedicado a este ámbito.

Esto se debe a que hay mucho desconocimiento sobre el tema y falta de recursos humanos o de recursos económicos, por lo tanto, la dificultad no está en el tamaño del ente.

Es posible incorporar prácticas de RSE a cualquier tipo de empresa, ya que por sí constituye una oportunidad para mejorar los beneficios de las pequeñas o grandes corporaciones.

En las pequeñas y medianas empresas (PyMEs), la RSE, suele ser considerada como un lujo reservado para las grandes empresas. Otro gran inconveniente, es el enfoque de RSE como una “moda” y no como un elemento de competitividad.

El quehacer diario de las PyMEs, contradice lo anterior, ya que las mismas, al tener una mayor aproximación con los clientes y una mejor adaptabilidad en el entorno, cuentan con la ventaja de implementarlas rápidamente y aprovechar la oportunidad posicionándose óptimamente. Implantar procesos de RSE no es un gasto sino una inversión.

Contar con recursos no basta, para poder ser socialmente responsables y transmitir dichos valores, es necesario incorporarlo en la misión y visión empresarial, logrando competitividad sostenible.

¿Qué se quiere decir con esto? Lograr que la empresa pueda ser rentable y mantenerse en el tiempo siendo sostenible en la medida que con su accionar minimice el impacto sobre el medioambiente, trabajando de forma socialmente responsable, garantizando así el máximo desarrollo personal y profesional de sus empleados, generando un impacto positivo en el entorno local y/o global.

Implementar políticas de RSE tiene ventajas sobre los stakeholders, que son los grupos de interés, tanto interna como externamente.

Partiendo de una dimensión externa, se pueden enumerar los siguientes beneficios que se obtienen trabajando con esta metodología de conciencia social:

- Ayuda a fidelizar los/as clientes actuales y captar nuevos clientes
- Mejora la relación con el entorno social
- Mejora la imagen y reputación de la empresa
- Contribuye a un mejor posicionamiento y diferenciación de marca
- Incrementa la notoriedad
- Mejora las relaciones con los sindicatos y la administración
- Permite el acceso a nuevos segmentos de mercado

Desde una mirada interna, logramos lo siguiente:

- Mejora la fidelidad, el compromiso y la motivación de los trabajadores/as
- Ayuda a atraer y retener buenos/as profesionales
- Mejora el clima laboral, lo que incrementa la productividad y la calidad
- Permite reducir costes de operación
- Permite obtener desgravaciones fiscales
- Mejora la comunicación interna
- Fomenta una cultura corporativa definida

Cuando una empresa ignora la RSE afecta su imagen corporativa impactando de manera negativa en sus clientes, trabajadores y proveedores que normalmente ven a estas como ejemplos a seguir en sus propias prácticas comerciales. Debido a esto, las organizaciones toman un protagonismo importante en la sociedad, no solo como fuentes de empleo y productividad, sino como generadoras de desarrollo en las poblaciones de su entorno.

Por otro lado, seguir las prácticas de la RSE les permite a las empresas desarrollar ventajas competitivas y tener buenas relaciones con los grupos de interés por lo que deja de ser una actividad independiente y privada, convirtiéndose en un eslabón más del aparato productivo pero enfocada en aportar a través de su objeto social.

Contemplar la responsabilidad social empresaria como parte de la estrategia de las empresas pone de manifiesto la importancia de que esta sea conocida por todos los grupos de interés. Concebir a una empresa como organizaciones responsables comprometida con sus grupos de interés, es hoy en día un fundamento de su legitimidad.

Las empresas contemporáneas que buscan tener éxito en sus actividades deben preponderar por la responsabilidad social, incorporándola dentro de su gestión,

haciéndola parte de su identidad corporativa, transmitiéndola a través de su misión y visión y sus valores corporativos, como resultado de una ética voluntaria.

Las PyMEs deberían tomar conciencia en todos sus niveles organizacionales valorando los recursos que estas obtengan del planeta tierra utilizados en sus procesos productivos tratando de preservar lo que el medioambiente nos ofrece para las generaciones futuras.

En la Argentina hay 856.300 empresas, 83% de las cuales son microempresas; 16,8%, pymes, y solo 0,2% grandes compañías. Además, las firmas de hasta 200 empleados representan el 66% del empleo formal privado del país, según datos de la Secretaría de Transformación Productiva.

Hasta hace poco el objetivo principal de las empresas era “maximizar beneficios económicos”, esto generó desigualdades sociales, competencia desleal entre las empresas y falta de normas éticas y morales. Ante estos hechos, se empezó a cuestionar la gestión empresarial, tanto a nivel económico, social y medioambiental, y es debido a esto que se comenzó a tomar más conciencia sobre las RSE, como forma de frenar estas cuestiones. El cumplimiento de las RSE hace que el valor de las empresas aumente y es importante la información que se pueda presentar sobre dicha temática.

El objetivo de la contabilidad es brindar información útil para la toma de decisiones, tanto para usuarios internos y externos. En cuanto a los usuarios externos el Contador Público debe presentar los estados contables y también la generación de informes socio-ambientales, que permita que todos los usuarios de la información tengan conocimientos sobre lo llevado a cabo por la empresa, no solo sobre aspectos económicos y financieros sino también en lo que respecta a lo social y ambiental.

El Contador Público, debe cumplir con un requisito básico, la ética profesional, dando transparencia y garantía de la empresa, generando así confianza en cada uno de los

procesos en los que la empresa se involucra, además, cumple un rol importante para aquellas PyMEs que aplican RSE y quieran medir sus resultados. Estos pueden aportar sobre el tema en cuestión a través del Balance Social, definido en la RT N°36 como:

Un instrumento para medir, evaluar e informar en forma clara, precisa, metódica, sistemática y principalmente cuantificada, el resultado de la política económica, social y ambiental de la organización. En dicho documento se recogen los resultados cuantitativos y cualitativos del ejercicio de la responsabilidad socioambiental, informando en forma objetiva las condiciones de equidad y sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera que asumen las empresas en su comportamiento. (p.6)

Este documento resume los datos medibles para evaluar la situación de la empresa tanto en lo social, económico y ambiental y medir además los cambios que ocurren durante un período determinado. Debe ser evaluado y presentado como los estados financieros, en forma periódica.

La RT N° 36 establece que existen distintos modelos metodológicos para confeccionar esta herramienta, dicha resolución tiene su fundamento en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI), modelo internacional más reconocido. Definido como: Una iniciativa internacional a largo plazo, promovida por un conjunto diverso de partes interesadas o interlocutores, cuya misión es desarrollar y diseminar a nivel global las guías necesarias para aquellas organizaciones que, de manera voluntaria, quieren emitir informes sobre la sustentabilidad de las dimensiones económicas, sociales y ambientales de sus actividades, productos y servicios. (p.4) Esta guía tiene en cuenta tres dimensiones: la económica, la ambiental y la social y determina las categorías que comprende cada una de estas y los indicadores cuantitativos y cualitativos que permitirán establecer un seguimiento para ver cómo evolucionan los resultados.

Puede señalarse que la Resolución General 3424/12 “Registro de Contribuyentes Socialmente Responsables”, reconoce el importante papel que cumple, en la sociedad, la Responsabilidad Social Empresaria, en tanto favorece la generación de beneficios para el entorno en que se desarrollan las iniciativas empresariales que dicho concepto engloba.

Otro de los antecedentes que presenta este movimiento por las RSE es, en primer lugar, que luego del fraude gigantesco cometido por Enron se exige transparencia y reglas de juego, por otro lado, los consumidores que se orientan hacia el consumo pro-verde, y buscan consumir productos que ofrecen empresas con altos niveles de responsabilidad social ambiental y ética, por último, la opinión pública. Estas tres fuerzas combinadas impulsan la responsabilidad empresaria, porque han creado una situación diferente para las empresas. No ser responsable socialmente implica costos mayores que beneficios y en tanto más crezcan estas tres fuerzas, mayor va a ser el costo que deberán pagar las empresas por no implementarlos.

Se mencionan a continuación algunas organizaciones locales y regionales que trabajan en RSE: Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria IARSE (www.iarse.org), FUNDES (www.fundes.org), Red Argentina de RSE RARSE (www.rarse.org), RedPuentes (www.redpuentes.org), Programa Valor, RSE + Competitividad AMIA-BID-FOMIN. Sectoriales: Red de Turismo Responsable (www.turismosostenible.org.ar), Centro Textil Sustentable (www.ctextilsustentable.org.ar), Instituto de Ética y Calidad en el Agro (www.eticagro.org). Espacios de divulgación especializados en la temática: ComunicaRSE, UniRSE, Visión Sustentable.

El Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) se crea a mediados del año 2002 con el objetivo de generar conocimiento público para promover y difundir el concepto de RSE para impulsar el desarrollo sustentable en Argentina

trabajando junto a las empresas. El IARSE brinda información, conocimiento, buenas prácticas, trabaja en red y forma alianzas con otras organizaciones que promocionan prácticas de RSE y así facilita el compromiso gradual del mundo de los negocios con una gestión ética y socialmente responsable.

Situándonos en el contexto actual y ante la enorme crisis mundial que estamos viviendo como consecuencia del COVID-19, muchas empresas han tenido que realizar ajustes a causa del Distanciamiento Social y Obligatorio impuesto por el gobierno nacional a través del decreto de necesidad y urgencia (DNU).

Es de público conocimiento, que al inicio de la pandemia se vivió el cierre total de muchos lugares y prohibición del desempeño de distintas actividades, frenando así la economía mundial. Con el correr de los meses, fueron autorizando el retorno del funcionamiento de los diferentes organismos y empresas.

Los entes autorizados se vieron obligados a aplicar un protocolo de funcionamiento aprobado por la autoridad sanitaria y que garantice el distanciamiento social y la adecuación de turnos de descanso y controles necesario para evitar el contagio y propagación del virus entre sus empleados y la comunidad (DNU N° 641/2020).

Con el objetivo de proteger los puestos de trabajo en el sector privado y la protección contra la pérdida de ingresos, se prohibieron los despidos de personal sin justa causa y las suspensiones por falta o disminución de trabajo mientras dure la emergencia y la presentación de medidas financieras y económicas dirigidas al sostenimiento de puestos de trabajo. También se crearon programas como el de Asistencia al Trabajo y la Producción y se aplicaron dispositivos de extensión de plazos para el cumplimiento de obligaciones impositivas y cargas patronales, así como otras medidas financieras (CETyD, 2020).

Las empresas se han visto directamente afectadas por las medidas tomadas a nivel gubernamental en el contexto de la pandemia del COVID-19. Los desafíos locales y globales que plantea la pandemia a las empresas respecto al futuro, pueden ser considerados como un escenario oportuno para impulsar acciones vinculadas a la sostenibilidad económica tanto a nivel social, ambiental y cultural (García Villaverde y Ruiz Palomino, 2020). Los cambios a los cuáles han tenido que recurrir las empresas fueron los siguientes: implementación del teletrabajo, acciones de sensibilización frente al COVID-19 y en menor nivel implementaron protocolos internos de detección y alerta de colaboradores expuestos al COVID-19.

En el ranking MERCO figuran 100 empresas a las que se les asigna un puntaje en función a su RSE, de la información publicada por las empresas respecto a su accionar en dichas prácticas frente al COVID-19, se efectuó un análisis de contenido. El ranking mostró que el 38% de las empresas argentinas han realizado y comunicado acciones para garantizar seguridad ante contagios, un 26% incorporaron nuevas formas de trabajo y un 10% con respecto al sostenimiento de empleo, diálogo social, capacitación en nuevas habilidades y tecnologías y apoyo psicosocial para los trabajadores expuestos.

Otra de las causales debido a la pandemia, es la reconversión productiva de muchas empresas que se orientaron a la fabricación de respiradores, elementos de protección personal, elaboración de protocolos de salud, internalización por la producción de vacunas, etc.

La RSE ayuda a identificar y anticipar riesgos globales y reforzar la resiliencia de las organizaciones. El cambio climático, las grandes desigualdades y la necesidad de cuidar de la salud y el bienestar de las personas y del planeta son una constante que aparece en la hoja de ruta global definida por Naciones Unidas a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Las empresas que han incorporado el desarrollo sostenible en

sus estrategias han demostrado ser más resilientes ante la pandemia (CompromisoRSE, 2020).

Esta crisis modificó las estructuras ya existentes, dejando ver los cambios que se avecinan en esta nueva realidad, en la forma de trabajar, aprender y vivir, por lo tanto, las empresas van a tener que reinventarse para sobrevivir. La RSE no debe ser una opción si no una manera de concebir una nueva forma de operar de las empresas, fortaleciendo la relación con sus grupos de interés incluida la sociedad. Se debe entender que estamos ante una nueva realidad, que el mundo y la manera relacionarnos ha mutado, modificando a la sociedad y el modo de operar en el mercado. Las empresas tienen que buscar la forma de reinventarse y poder sobrevivir ante esta crisis, y una forma de hacerlo es aplicando normas de RSE.

El presente trabajo final de grado tiene como eje principal la Responsabilidad Social Empresaria, se enfocará en las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) de la ciudad de Río Cuarto y de la zona, donde se partirá del siguiente interrogante: ¿Por qué es importante que las empresas tengan en cuenta y hagan parte de su identidad corporativa prácticas de RSE?

Objetivo general:

- Determinar la relevancia de la RSE en el desarrollo de PyMEs de la ciudad de Río Cuarto y de la zona, en el año 2021.

Objetivo Específico:

- Indagar sobre el conocimiento de RSE y su aplicación en las PyMEs de la ciudad de Río Cuarto y la zona.
- Exponer la situación de PyMEs que implementan acciones de RSE, en la ciudad de Río Cuarto y la zona.
- Determinar la importancia de la RSE en las PyMEs y el aporte del Contador Público en su implementación.

MÉTODOS

Diseño

La presente investigación se ejecutó con un alcance descriptivo, como establece Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2010), lo que se busca con este método es: “Especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”. En este caso, el grupo o población, es PyMEs en la ciudad de Río Cuarto y la zona que incorporan prácticas de RSE.

Para dicha investigación se optó por un diseño no experimental, ya que no hubo manipulación deliberada de variables, es decir, solo se observaron los fenómenos tal cual son para luego analizarlos. Adoptando el criterio temporal de clasificación propuesto por Hernández Sampieri (2010), se clasifica a la investigación como de tipo transversal por su dimensión temporal y el número de momentos en el cual se recolectaron los datos, en este caso fueron de única vez.

Se utilizó un enfoque mixto para la indagación de respuestas, combinando un enfoque cualitativo y cuantitativo. En cuanto al enfoque cualitativo se empleó la recolección de datos sin medición numérica para hallar preguntas de investigación en el proceso de interpretación, donde la acción indagatoria se movió entre los hechos y su interpretación, de forma dinámica en dos sentidos, y por consiguiente se aplicó la recolección de datos numérica para luego probar la hipótesis con base en la medición estadística.

Participantes

La población de la cual se ha tomado la muestra se definirá como PyMEs de la ciudad de Río Cuarto y la zona. Se realizó un muestreo de tipo no probabilístico, ya que fue de manera intencional, seleccionando empresas en base a criterios y consideraciones que se determinan como útiles para el análisis del estudio. “En las muestras no

probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra (...)” (Hernández Sampieri et al.,2010).

El tamaño de la muestra es de 74 PyMEs de la ciudad de Río Cuarto y la zona, las cuales llevan a cabo distintas actividades, como comercios, agropecuarias, construcción, industrias, entre otras.

Instrumentos

Para la recolección de datos, se utilizó encuestas confeccionadas de manera conjunta con el Tutor y los alumnos de la materia Seminario Final de la carrera de Contador Público, mediante formularios Google, realizadas a integrantes de las distintas empresas que conforman la muestra, con consentimiento previo y sin revelar su identidad.

Análisis de datos

Las variables manipuladas, obtenidas mediante los formularios Google, fue de tipo cualitativa, entre las cuales se pueden encontrar: conocimientos sobre prácticas de RSE, beneficios de incorporarlas, interés en ponerlas en práctica.

Estos formularios Google, contenían preguntas relacionadas con el fenómeno estudiado, con el fin de cumplir con el objetivo planteado y así concluir con el problema de investigación y obtener resultados.

RESULTADOS

En este apartado se expondrán los datos obtenidos en la investigación. Luego de la realización de las entrevistas a las PyMEs de la ciudad de Río Cuarto y la zona se pudo determinar la siguiente información. En la figura que se muestra a continuación, se puede observar que el 74% de la muestra clasificó a su empresa como una PyME.



Figura 1. Clasificación en PyME. Fuente: Elaboración propia. Encuestas PyMEs. UES21. AÑO 2021.

El gráfico que muestra la figura 2 representa el tamaño de cada PyMEs de la muestra entrevistada, el 96% pudo responder sobre su tamaño.

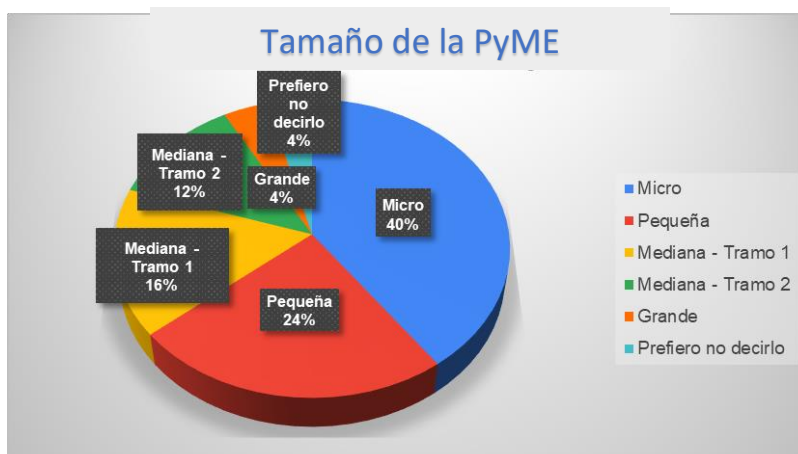


Figura 2. Tamaño de la PyME. Fuente: Elaboración propia. Encuestas PyMEs. UES21. AÑO 2021.

El gráfico que muestra la figura 3 informa acerca del conocimiento que tienen las distintas empresas sobre el concepto de ética, que está relacionado con lo que se entiende por RSE. El 18% de las empresas lo considera un concepto abstracto, por lo que se entiende que aún es una idea que falta instalar en la sociedad. El 20% dictaminó que es

difícil de ser aplicada, por lo tanto, sumado a lo anterior, que aún no está tan instaurado en la sociedad, ese porcentaje de empresas no lo hacen parte de sus valores o identidad corporativa. Solo el 62% tiene presente el buen concepto de ética en el desempeño de su accionar.



Figura 3. Conocimiento sobre ética. Fuente: Elaboración propia. Encuestas PyMEs.UES21. AÑO 2021.

Dicho lo anterior, los resultados que se exponen a continuación mantienen el orden de los objetivos específicos planteados en el apartado introducción.

Conocimiento de RSE y su aplicación en las PyMEs de la ciudad de Río Cuarto y la zona.

Según la encuesta realizada, se pudo determinar que el 28% desconoce sobre el tema, es decir, no saben y no tienen conocimientos sobre RSE. El 72% restante, tiene poco conocimiento y busca ampliar el que ya tienen. La figura 4 avala lo dicho.

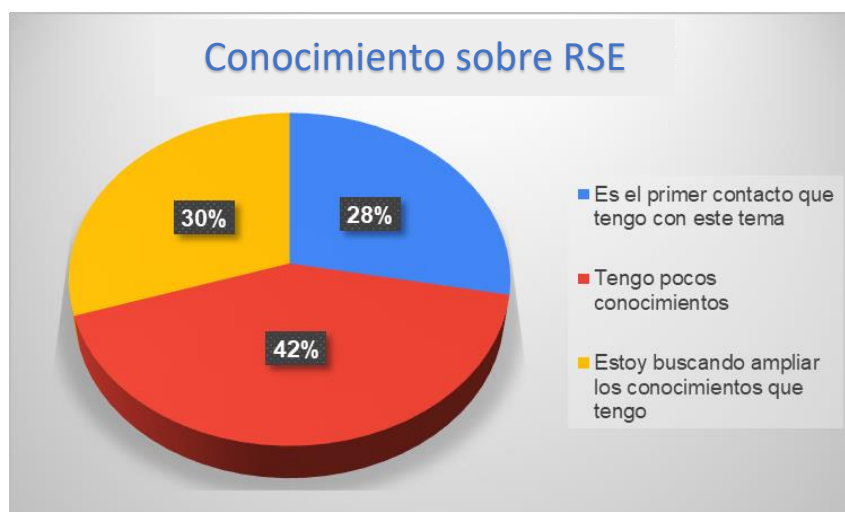


Figura 4. Conocimiento sobre RSE. Fuente: Elaboración propia. Encuestas PyMEs.UES21. AÑO 2021.

Situación de PyMEs que implementan acciones de RSE, en la ciudad de Río Cuarto y la zona.

A los entrevistados, se les consultó si incorporan o no prácticas de RSE y si estos respondían de forma afirmativa que aclararan porque las ponían en práctica y desde cuando hacían provecho de las mismas. Los gráficos que muestran las figuras 5 y 6 darán respuesta a los interrogantes.

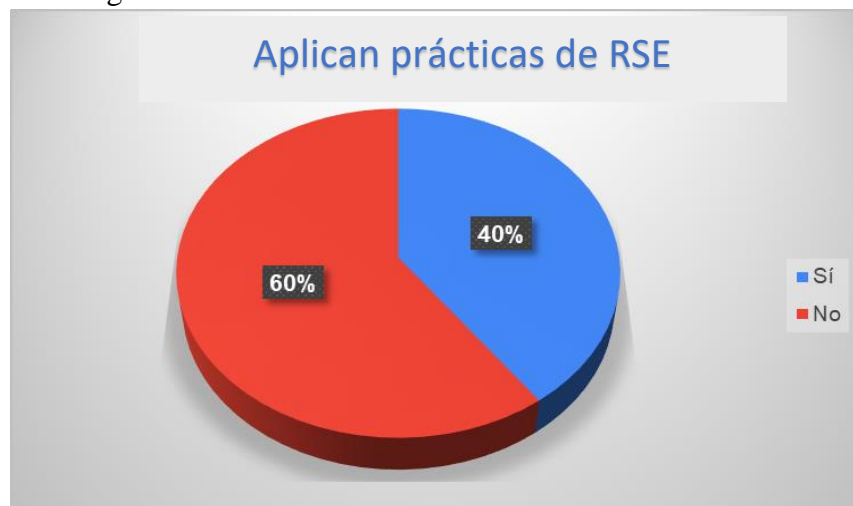


Figura 5. Aplican prácticas de RSE. Fuente: Elaboración propia. Encuestas PyMEs.UES21. AÑO 2021.

El 60% de las empresas no incorpora y no aplica prácticas de RSE y solo el 40%, un número relativamente bajo, menos de la mitad del total, pone en práctica dichas conductas. Ahora bien, este 40% responderá desde cuándo y por qué decidió incorporarlas.

Importancia de la RSE en las PyMEs.



Figura 6. Motivos por los que incorporan RSE. Fuente: Elaboración propia. Encuestas PyMEs.UES21. AÑO 2021.

De las 24 empresas que dicen apostar por las prácticas de RSE, es decir el 38% considera que son una ventaja competitiva y diferenciación, el 50% las prefiere y un 8% las incorporan por obligación.

La figura 7 muestra un gráfico que establece que el 50% de las empresas mencionadas en el párrafo anterior, pone en práctica conductas de RSE desde el inicio de su actividad, solo el 42% en un rango de 2 a 5 años, y el 8% desde mucho menos.

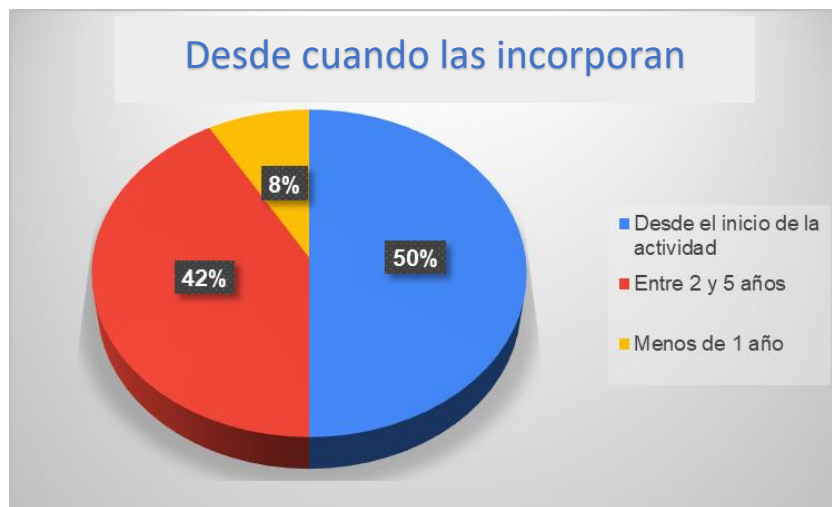


Figura 7. Desde cuando las incorporan. Fuente: Elaboración propia. Encuestas PyMEs.UES21. AÑO 2021.

A continuación, se expondrá sobre los beneficios que los empleadores consideran que tienen estas prácticas en su empresa.

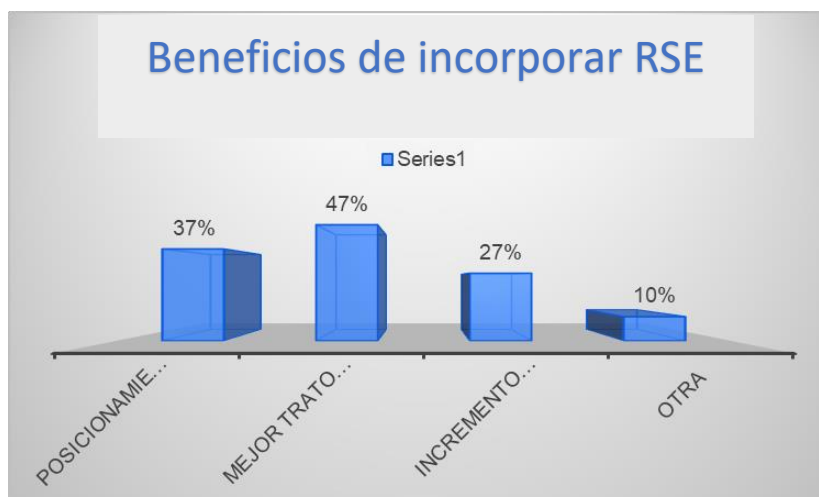


Figura 8. Beneficios que genera en la empresa la incorporación de RSE. Fuente: Elaboración propia. Encuestas PyMEs.UES21. AÑO 2021.

Las variables que presenta la figura 8 son mutuamente excluyentes, por lo tanto, se utilizó un modelo de gráfico de barras para poder dar a conocer los porcentajes de empresas que respondieron de forma afirmativa a dichos beneficios. El 37% optó por posicionamiento, el 27% considera que implementarlas produce un incremento monetario y el 47% expone que poner en práctica las RSE genera un mejor trato con el cliente. Solo el 10% optó por agregar otros beneficios que ellos mismos consideran que aportan las RSE a su empresa, sus respuestas fueron las siguientes: “Buscamos buenas prácticas con los agroquímicos y tratar de no contaminar”; “Por costumbres de familia de implementar formas de producción tradicionales”; “Lo hago porque me sale así. Es una cuestión de ética”; “Beneficios a nivel ambiental (contaminación)”. Las encuestas mantienen el anonimato de los encuestados por lo tanto se reservará su identidad.

A modo de cierre, se les consultó a las empresas encuestadas si tenían interés en incorporar conductas de RSE en el futuro, y las mismas respondieron lo siguiente. Como se observa en la imagen que se expone a continuación, el 18%, no las pone en práctica ni tiene interés de hacerlo en el futuro. El 6%, no las incorpora en la actualidad, pero tienen un plan elaborado para incorporarlas. El 46% se inclina por hacerlas parte de su identidad corporativa a futuro y el 30% restante, las tiene presente y hacen a su actividad.

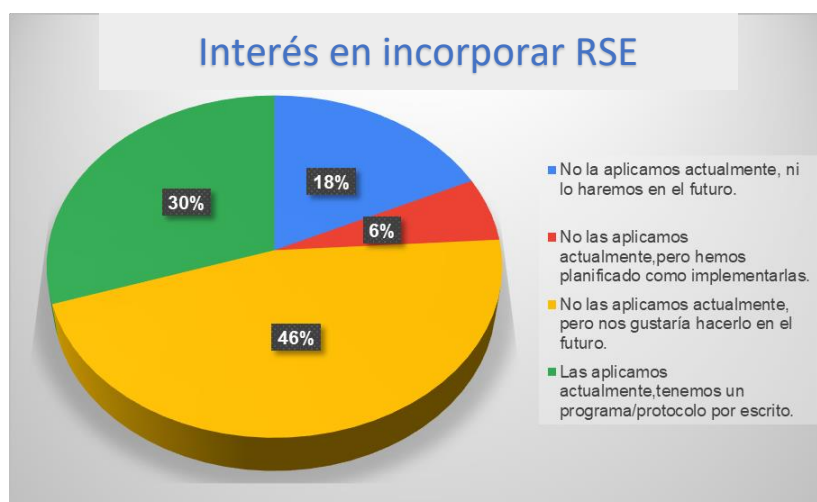


Figura 9. Interés en incorporar RSE. Fuente: Elaboración propia. Encuestas PyMEs.UES21. AÑO 2021.

DISCUSIÓN

El objetivo general de este trabajo fue determinar la relevancia de las RSE en PyMEs de la ciudad de Río Cuarto y la zona, observando cuales son los resultados obtenidos a partir de la muestra en relación a los datos significativos, se procede a realizar la interpretación de lo hallado.

Luego del cuestionario realizado a las PyMEs de la ciudad de Río Cuarto y la zona, se determinó que el 96% pudo responder acerca del tamaño de su organización y el 76% se catalogó como PyME.

Una de las preguntas disparadoras para abordar el tema de RSE, fue sobre el concepto de Ética, idea que tiene relación directa con la incorporación de prácticas de responsabilidad social empresarial y que se encuentra plasmada dentro de la pirámide que plantea la teoría de Archie Carroll, donde hace referencia a estar obligado a actuar según lo que está bien y es justo. De las encuestadas solo el 62% tiene incorporado el buen concepto de ética en su accionar diario.

Volviendo a mencionar al gigantesco fraude cometido por Enron, se exige transparencia a las empresas y el tener en claro el concepto de ética y actuar en función de tal, hace que la imagen de la organización y su reputación aumente. Además, como ya se dijo al inicio de este trabajo, cuando las empresas ignoran actuar bajo conductas de RSE afectan su imagen corporativa impactando de manera negativa. Concebir a una empresa como organizaciones responsables comprometida, es hoy en día un fundamento de su legitimidad.

Dentro de las ventajas internas que se hallaron en relación al actuar con ética y con responsabilidad social empresarial se encuentran fidelidad, compromiso y motivación de trabajadores/as, ayuda a atraer y retener buenos/as profesionales, mejora el clima

laboral, lo que incrementa productividad y la calidad. No ser socialmente responsables implica costos mayores que beneficios, por lo tanto, mayor va a ser el costo que deberán pagar las empresas por no implementarlos.

El cumplimiento de las RSE hace que el valor de la empresa aumente por eso es importante la transparencia en cuanto a la información. Como se planteó en el apartado introducción la contabilidad consiste en exponer los estados contables para todos los usuarios de la información incluido los informes socio-ambientales para que no solo se tenga conocimiento sobre aspectos financieros y económicos sino también en lo social y ambiental.

Por eso es importante que las PyMEs tengan muy en claro el concepto de ética, y que el Contador Público a cargo se desempeñe en función de tal, dando garantía y transparencia de la empresa. Esto da lugar a que se reitere y se haga mención a lo establecido en la resolución técnica treinta y seis (RT 36), en donde se explica sobre el uso y la importancia del Balance Social.

Este instrumento sirve para medir, evaluar e informar en forma clara, precisa, metódica, sistemática y principalmente cuantificada, el resultado de la política económica, social y ambiental de la organización, siendo útil para evaluar la situación de la empresa tanto en lo social, económico y ambiental y muestra los cambios que ocurren durante un período determinado. Debe ser evaluado y presentado como los estados financieros, en forma periódica.

Esta resolución técnica tiene su fundamento en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI), cuya misión es desarrollar y esparcir a nivel global guías, para aquellos que quieran emitir, de manera voluntaria, informes sobre la sustentabilidad de las dimensiones económicas, sociales y ambientales de sus actividades.

Lo planteado en los párrafos anteriores, concuerda con lo que establece Strandberg, acerca de que la transparencia se percibe, como un factor de competitividad y creación de valor y se considera también una herramienta de excelencia en la gestión y como factor diferenciador.

Siguiendo con los resultados, se pudo conocer que el 72% de las PyMEs encuestadas afirmó tener conocimientos sobre responsabilidad social empresaria y las mismas buscan ampliar lo que ya saben y sólo el 40% aplica prácticas de RSE en su organización, estos resultados coinciden con lo expuesto en el apartado introducción donde se menciona que hay desconocimientos sobre el tema, es decir sobre incorporación de prácticas de RSE, y que por lo general son pocas la PyMEs que las tienen en cuenta ya que se considera como un gran lujo reservado para las grandes empresas.

Es posible incorporar prácticas de RSE a cualquier tipo de empresa, ya que por sí constituye una oportunidad para mejorar los beneficios de las pequeñas o grandes corporaciones. Implementar políticas de RSE tiene ventajas sobre los stakeholders, que son los grupos de interés, tanto interna como externamente.

Sin embargo, se podría afirmar que muchas de las empresas no tienen interés o curiosidad en interiorizarse sobre el tema de las RSE, ya que, en Argentina, en el año 2002, se creó el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) con el objetivo de difundir y generar conocimiento sobre el concepto de RSE. Por lo cual, si estas quisieran, accederían a dicha información sin problemas, además el IARSE trabaja en red y forma alianzas con otras organizaciones para promocionar estas prácticas y así facilitar el compromiso de las empresas.

Las PyMEs deberían aprovechar la aproximación que tienen con sus clientes y los distintos grupos de interés y ver el tamaño que estas tienen, en relación a grandes

empresas, como una ventaja, ya que se adaptarían de forma más rápida y segura y ganarían posicionamiento incorporando acciones de RSE.

Como ya se mencionó, en la actualidad existe una gran cantidad de consumidores que se orientan hacia el consumo pro-verde, y buscan consumir productos que ofrecen empresas con altos niveles de responsabilidad social ambiental y ética.

A este porcentaje que incorpora acciones de RSE, en el caso de la muestra fueron 24 empresas, se les consultó los motivos por los cuales decidían implementar estas conductas, el 54% respondió que lo hace por preferencia, por lo cual se reafirma el concepto de RSE y lo que planteó la OIT y algunos de los pioneros en el ámbito, como ser Archie Carroll y Welford, que sostienen a la incorporación de prácticas de RSE como algo voluntario de cada organización.

Lo expuesto en el párrafo anterior hace recordar el concepto de RSE planteado al comienzo de la presente investigación, el cuál es entendido como el conjunto de prácticas que persiguen de forma voluntaria la sostenibilidad económica, social, medioambiental de la empresa y la interacción con los stakeholders (grupos de interés). Por lo cual, se entiende que dichas conductas de responsabilidad social empresaria sean opcionales para cada una de las PyMEs.

De las 24 PyMEs, el 38% elige dichas prácticas con motivo de ventaja competitiva y diferenciación, coincidiendo con lo que establece Server y Villalonga, alegando que muchos grupos de interés optarán por aquellas PyMEs que sean socialmente responsables obteniendo así puntos a favor en relación a otras que no lo sean. El 8% restante lo hace por obligación demostrando así, que aún existe mucho desconocimiento y falta de conciencia por parte de la sociedad en general, las RSE no son sólo cuestiones

relacionadas al medioambiente y a la sociedad en general si no también que estas están principalmente asociadas con la moral y la ética en el desempeño empresarial.

Luego se indagó sobre los beneficios que los empresarios consideran que trae aparejado la incorporación de las RSE. Los resultados obtenidos fueron los siguientes: El 37% optó por posicionamiento, el 27% considera que implementarlas produce un incremento monetario y el 47% expone que poner en práctica las RSE genera un mejor trato con el cliente. Solo el 10% optó por agregar otros beneficios. Coincidiendo así con lo expuesto en el apartado introductorio, donde se hace mención que seguir las prácticas de la RSE les permite a las empresas desarrollar ventajas competitivas, como fidelizar clientes actuales y captar nuevos clientes, mejora la relación con el entorno social, además de mejorar la imagen y reputación de la misma, contribuye a posicionamiento y diferenciación de marca, incrementa notoriedad, permite acceso a nuevos segmentos del mercado. Contemplar la responsabilidad social empresarial como parte de la estrategia de las empresas pone de manifiesto la importancia de que esta sea conocida por todos los grupos de interés.

Según Friedman (1962), la responsabilidad social de las empresas consistía en incrementar los beneficios de los accionistas, esto encaja con el porcentaje de PyMEs que relacionó la incorporación de RSE con posicionamiento e incremento monetario. A su vez concuerda con lo expuesto por Mohr, Webb y Harris (2001) que relacionan a las RSE con el compromiso empresarial de maximizar beneficios mientras que disminuyen el efecto negativo del accionar empresarial.

Otra de las consultas que se realizó a las empresas encuestadas es si tenían interés en incorporar conductas de RSE en el futuro, los datos obtenidos fueron los siguientes: el 18%, no las pone en práctica ni tiene interés de hacerlo en el futuro.

El 6%, no las incorpora en la actualidad, pero tienen un plan elaborado para incorporarlas. El 46% se inclina por hacerlas parte de su identidad corporativa a futuro y el 30% restante, las tiene presente.

Resulta clara la coincidencia en que aquellas empresas que no tienen interés tampoco conocen el concepto de RSE ni los beneficios que conlleva su aplicación, no solo no están familiarizados con el tema, sino que tampoco les surge la necesidad de ir más allá de lo que frecuentan, no se conocen específicamente cuáles son las razones, pero la gran mayoría teme salir de su zona de confort, de lo rutinario porque para los empresarios quedarse con lo que habitualmente hacen es más seguro y cómodo.

Asimismo, tienen muy arraigada la creencia de que la RSE solo puede ser aplicada por empresas grandes y que debe realizarse una considerable inversión para poder implementarlas, por lo cual esto también podría ser un motivo por el cual varias empresas aún no se animan a dar el paso de implementar estas conductas de RSE en sus PyMEs.

Para que una empresa pueda tener éxito hoy día es necesario preponderar por la responsabilidad social empresaria, incorporándola dentro de su gestión y sumándola a su identidad corporativa para que de esta forma se pueda evidenciar y transmitir dichas conductas a través de su misión, visión y valores corporativos, como resultado de una ética voluntaria.

Contrario a lo que se piensa, ser una empresa responsable con la sociedad no implica dejar de ser rentable. No se trata de un modelo de negocios desinteresado, las empresas se crean con fines de lucro. El interés de las empresas de existir a largo plazo, es decir ser económicamente sostenibles, es lo que muchas veces puede llegar a motivar a las empresas ser socialmente responsables, ya que, actuando de esta forma, se crea un

efecto dominó que impacta positivamente en la sociedad, a las empresas y al medioambiente.

Consideraciones finales

Respecto a las limitaciones del presente trabajo, se debe indicar como una de ellas el tamaño de la muestra, ya que cuando se realizaron las entrevistas la muestra resultante fueron cincuenta empresas, luego solo se tomó para la investigación las PyMEs que eran las que realmente aplicaban RSE, que en este caso fueron veinticuatro. La muestra elegida es no probabilística e intencional por lo que puede no ser representativa de la población, no se tiene una muestra aleatoria adecuada según la significación del trabajo.

Otra limitación es que debido a las restricciones existentes por causa de pandemia que se atraviesa, hizo que los tiempos para realizar las entrevistas sean cortos. Al no poder hacerlo de forma presencial se tomó la decisión de hacerlo a través de un formulario Google lo cual no favoreció el desarrollo de las preguntas. Si se hubiera optado por una entrevista presencial el resultado para el análisis sería más puntual y profundo, en este caso la metodología utilizada sería un estudio cualitativo.

Como tercera limitación se establece la imposibilidad de realizar una generalización sobre el tema en cuestión, lo cual escapa del objetivo del trabajo ya que este se enfocó puntualmente a PyMEs de la ciudad de Río Cuarto y localidades de la zona.

Otra limitación con la que se contó al momento de realizar esta investigación, es que, al haber contado con poco tiempo para confeccionar y realizar las encuestas a las PyMEs, no se consultó si estas contaban con asesoramiento de parte de un Contador Público para que pudiera medir y exponer las prácticas de RSE, puesto que como se expuso al comienzo de este TFG medir dichas acciones es una práctica esencial para estar al tanto del estado de cumplimiento de los propósitos empresariales. Al conocer los

resultados en relación a la RSE ayudará a precisar metas delimitadas en este entorno, y así realizar cambios para obtener una mejora en la forma de actuar.

Reiterando, los indicadores de RSE tienen como propósito calcular el impacto que tiene el accionar de las empresas en la sociedad y el medio ambiente, de manera que éstas puedan tomar medidas para transformas lo negativo en positivo.

Con respecto a las fortalezas se puede considerar a este trabajo como un aporte de nuevos conocimientos y hallazgos sobre el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial con el objetivo de que pueda usarse como antecedente para futuras investigaciones y se pueda tomar conciencia de la importancia de poder ponerlas en práctica, ya sea en cuestiones ambientales, sociales, ética y moral.

Otra fortaleza es que a pesar del contexto existió predisposición y buena voluntad por parte de las empresas de la muestra para responder las preguntas en tiempo y forma, además hay que destacar el hecho de que la tecnología permitió que todo esto pudiera ser llevado a cabo.

La RSE es el compromiso que toman las empresas con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la sociedad teniendo en cuenta aspectos económicos, sociales y medioambientales. Es muy importante y destacable que las empresas opten por incorporar estas prácticas para poder tener presente la ética y la transparencia en su accionar. Hoy en día la aplicación de RSE por parte de las grandes empresas se encuentra en constante crecimiento y si bien la mayoría de las PyMEs de la muestra dudan sobre aplicar estas acciones muchas se ven encaminadas para poder emplearlas en algún momento. Resulta positivo el hecho de que la mayoría de las empresas que no emplean RSE tenga cierta atracción por hacerlo. Esto evidencia que existe un mínimo interés sobre el tema en cuestión, dejando abierta la posibilidad de que con las encuestas realizadas comiencen a interiorizarse y se interesen por el conocimiento y la posterior aplicación de la RSE en

sus PyMEs. Además, las empresas son conscientes que la implementación de RSE es importante y que esta puede garantizar el éxito y la rentabilidad de la empresa a futuro.

A las PyMEs encuestadas no se realizaron preguntas sobre el contexto pandémico, podríamos tomarlo como una limitación, pero es de público conocimiento que muchas debieron adecuarse a una nueva realidad, por ejemplo, muchas seguramente habrán tenido que incorporar el teletrabajo para de esta forma cuidar a sus empleados y a la población en general, o buscar la forma para que las personas no se muevan de sus hogares, por ejemplo entre las encuestadas se encuentran comercios y estos debieron incorporar, seguramente, la venta online, para no solo poder mantenerse en cuanto a ingresos si no también para que las personas tuvieran acceso a los productos que estos ofrecen, comprometiéndose socialmente, otro punto que forma parte del concepto de RSE.

La RSE no debe ser una opción si no una manera de concebir una nueva forma de operar de las empresas, fortaleciendo la relación con sus grupos de interés incluida la sociedad. Se debe entender que estamos ante una nueva realidad, que el mundo y la manera relacionarnos ha mutado, modificando a la sociedad y el modo de operar en el mercado. Las empresas tienen que buscar la forma de reinventarse y poder sobrevivir ante crisis como la que se vive en la actualidad, y una forma de hacerlo es aplicando normas de RSE. La RSE ayuda a identificar y anticipar riesgos globales y reforzar la resiliencia de las organizaciones. Las empresas que han incorporado el desarrollo sostenible en sus estrategias han demostrado ser más resilientes ante la pandemia.

Como recomendación para futuras investigaciones se propone realizar un estudio más profundo sobre la RSE en las PyMEs, ya que es un tema que aun no esta tan arraigado en las empresas, y de manera presencial puesto que en una entrevista de este tipo pueden surgir preguntas que no fueron establecidas dentro del cuestionario y sus respuestas

pueden beneficiar al análisis del estudio realizado. A su vez, se podría aplicar metodologías más completas e interesantes a la hora de recolectar los datos como sesiones en profundidad o grupos de enfoque dentro de una investigación puramente cualitativa y tratar de generar conciencia sobre la importancia de estas conductas socialmente responsables.

También sería interesante poder investigar cuales fueron las prácticas de RSE que implementaron las PyMEs o a cuáles tuvieron que recurrir para poder adecuarse y mantenerse, siendo económicamente rentable en el contexto pandémico que se vivió. Además, se podría obtener información de una muestra con un número mayor de PyMEs para poder hacer un trabajo con el cual se obtengan conclusiones aún más representativas que la del presente trabajo.

REFERENCIAS

Albendea, G. L. (27 de mayo de 2015). La RSC en pymes, una oportunidad para crecer.

Compromiso Empresarial. Recuperado de

<https://www.compromisoempresarial.com/rsc/2015/05/la-rsc-en-pymes-una-oportunidad-para-crecer/>.

Arias Valle, M. B., Lillo, A. M., Valdivieso, E. (Diciembre, 2013). Temas libres sobre interés general. *Conferencia Interamericana de Contabilidad*. Uruguay.

<https://cpcecba.org.ar/media/img/paginas/La%20Responsabilidad%20Que%20Nos%20Afecta%20A%20Todos.pdf>.

Carroll, A. B., (2016). Carroll's pyramid of CSR: taking another look, *International Journal of Corporate Social Responsibility*, Article number: 3. Recuperado de:

<https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-016-0004-6/>

Banco Santander SA. (2021). Como la RSE puede potenciar tu PyME. Recuperado de

<https://www.santander.com.ar/banco/online/pymes-advance/formacion-empresarial/pildoras-de-conocimiento/rse-y-sustentabilidad/como-la-rse-puede-potenciar-tu-pyme>.

Bernardo Klilsberg. *Ética empresarial: ¿moda o demanda imparable?* (2006). Recuperado

de: http://cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/rse/334_as_etica_moda.pdf
(Enero, 2016)

Castellano Matallana, L.D. (2020). *Retos empresariales tras el coronavirus COVID 19*.

(Tesis de maestría). Universidad Católica De Colombia, Bogotá. Recuperada de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24668/1/Ensayo%20final.pdf>

.

- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde: “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”*. Bruselas.
- Crespo Guevara, N. y Palacios Romero, V. (2019). Responsabilidad Social Empresarial: una revisión bibliográfica. *UDA akadem*, (4), 37-53. Recuperada de <http://revistas.uazuay.edu.ec/index.php/udaakadem/article/view/237/316>.
- Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE). (2011). Resolución Técnica N° 36. Normas contables profesionales: balance social. Recuperada de FACPCE: https://www.facpce.org.ar/NORMASWEB/index_argentina.php?c=1&sc=1&p=2.
- Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra. (2009). La responsabilidad social en las PYMEs. *Mas Business*. <http://www.mas-business.com/docs/La%20RSocial%20en%20pymes.pdf>.
- Galli, E. (21 de abril de 2020). COVID-19, la crisis sanitaria, económica y Social que pone a prueba la RSE. *Compromiso RSE*. Recuperado de <https://www.compromisorse.com/rse/2020/04/21/covid-19-la-crisis-sanitaria-economica-y-social-que-pone-a-prueba-la-rse/>.
- Gómez Nieto, B. & Martínez Domínguez, R. (2016). Responsabilidad Social Corporativa: de concepto abstracto a elemento clave en la estrategia empresarial, *Poliantea*, 12(22).
- Gonzales García, C. R. (2021). Problemas sociales y COVID-19. *Socialium*, 5(1), vii-IX. <https://doi.org/10.26490/uncp.sl.2021.5.1.848>.
- Hernández Fajardo, A. B., Maranta Contreras, L. E., (2020). *La Responsabilidad Social Empresarial es el camino para no fenecer por los efectos de la Pandemia COVID-19*. (Tesis de maestría). Universidad Católica De Colombia, Bogotá D.C.

Recuperada de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24647/1/Ensayo%20RSE%20es%20el%20camino%20para%20no%20fenecer%20por%20los%20efectos%20de%20la%20Pandemia%20COVID-19.pdf>.

IARSE (2002) Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado de: <http://www.iarse.org/> (Mayo, 2015).

Martinez, M., Soza, C. (2018). La responsabilidad social de las empresas: orígenes, aproximaciones conceptuales y estrategias. https://fhu.unse.edu.ar/carreras/rcifra/martinez_soza.pdf.

Milton, F. (27 de Julio de 2020). Antecedentes de la responsabilidad social empresarial: una larga historia. *Red de árboles*. Recuperado de <https://www.reddearboles.org/noticias/nwarticle/444/TODAS/Antecedentes-de-la-responsabilidad-social-empresarial-una-larga-historia#:~:text=El%20concepto%20de%20Responsabilidad%20Social,por%20el%20economista%20Howard%20R.&text=Posteriormente%20Archie%20Carroll%20define%20la,por%20parte%20de%20las%20organizaciones>.

Mozas Moral, A., Puentes Poyatos, R. (1 de diciembre del 2010). La responsabilidad social corporativa y su paralelismo con las sociedades cooperativas. *REVESCO*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/367/36715601004.pdf>.

Quevedo Barros, M. R., Patiño Astudillo, R. J., y Vinuesa Morales, S. X. (2021). Responsabilidad social empresarial en el contexto del coronavirus 2019 (COVID-19). *Socialium*, 5(1), 75-85. <https://doi.org/10.26490/uncp.sl.2021.5.1.813>.

Resolución General 3424/12 “Registro de Contribuyentes Socialmente Responsables”. Recuperado de: <http://mundoimpositivo.blogspot.com.ar/2012/12/rg-342412-registro-de-contribuyentes.html> (Enero, 2016)

- Solari, E., Sebastián, M. P., Suarez Maestre, A. (2020). Prácticas laborales adoptadas por empresas argentinas socialmente responsables ante el covid-19. En J. Federico, A. Minetti, M. Rodriguez Millo, H, Cahais, S. Roitter. (Eds). *Redes y conocimientos que impulsan la innovación y el desarrollo productivo y social*. pp 63-75. Argentina. <http://redpymes.org.ar/wp-content/uploads/2020/12/Libro-Resumen-25%C2%B0-Reuni%C3%B3n-Anual-Red-Pymes-Mercosur.pdf#page=63>.
- Strandberg, L. (2010). La medición y la comunicación de la rse: indicadores y norma. *Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativ*, (9), 7-24.
- Volpentesta, J. (2016). Confluencia de teorías en torno a la responsabilidad social empresaria (RSE). *Ciencias Administrativas*, (8), 43-52. Recuperado de <https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/view/2499>.
- Volpentesta, J. (2016). Tendencia y perspectiva de la Responsabilidad Social Empresaria. *Visión de Futuro*, Vol 20, No 2. <https://visiondefuturo.fce.unam.edu.ar/index.php/visiondefuturo/rt/printerFriendly/83/123>.

ANEXOS

ANEXO 1: Consentimiento Informado

Antes de iniciar el cuestionario, se confeccionó un consentimiento informado sobre las preguntas a responder, el mismo aclaraba que dicha encuesta era voluntaria y que se reservaba la identidad de los encuestados. Una vez que los encargados de responder el cuestionario aceptaban y daban su consentimiento procedían a contestar sobre lo que se les pedía.

A continuación, se expondrá textualmente el consentimiento a prestar en las encuestas:

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación de 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, y estarán protegidas por las leyes de secreto estadístico. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderla. Desde ya le agradecemos su participación.

- ✓ Acepto participar de la investigación.
- ✓ Rechazo participar de la investigación.

ANEXO 2: Cuestionario

¿Considera que la empresa en la cual se desempeña, es PyME ? *

- Sí
- No
- Tal Vez

¿Según la rama de actividad elegida y las ventas anuales de su empresa, en que categoría está ubicada? *

Categoría	Construcción	Servicios	Comercio	Industria y minería	Agropecuario
Micro	24.990.000	13.190.000	57.000.000	45.540.000	30.770.000
Pequeña	148.260.000	79.540.000	352.420.000	326.660.000	116.300.000
Mediana Tramo 1	827.210.000	658.350.000	2.588.770.000	2.530.470.000	692.920.000
Mediana Tramo 2	1.240.680.000	940.220.000	3.698.270.000	3.955.200.000	1.099.020.000

- Micro
- Pequeña
- Mediana - Tramo 1
- Mediana - Tramo 2
- Grande
- Prefiero no decirlo

Sobre Responsabilidad Social Empresaria (RSE):

*

- Es el primer contacto que tengo con este tema
- Tengo pocos conocimientos
- Estoy buscando ampliar los conocimientos que tengo

Ética, para mí, es:

*

- Un concepto aún abstracto
- Fácil de ser entendida, sin embargo difícil de ser aplicada
- La base de la fundamentación de las relaciones humanas

¿Su empresa incorpora conductas de RSE?

*

- Sí
- No

Si la respuesta anterior fue SI, ¿Por qué decidieron seguir prácticas de RSE?

- Ventaja competitiva y diferenciación
- Obligación
- Preferencia

¿Desde cuando las aplican?

- Desde el inicio de la actividad
- Entre 2 y 5 años
- Menos de 1 año

Beneficios que genera en la empresa la incorporación de las RSE:

*

	Sí	No	Prefiero no decirlo
Posicionamiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mejor trato con el cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Incremento monetario	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Si indicó otra detalle cuáles.

Texto de respuesta larga

Le interesaría aplicar políticas de RSE en su empresa

*

- No la aplicamos actualmente, ni lo haremos en el futuro.
- No las aplicamos actualmente, pero hemos planificado como implementarlas.
- No las aplicamos actualmente, pero nos gustaría hacerlo en el futuro.
- Las aplicamos actualmente, tenemos un programa/protocolo por escrito.