

**Universidad Siglo 21**



**Trabajo Final de Grado**

Carrera Contador Público

Manuscrito Científico

La Generación de Información para la gestión bajo la mirada de la RSE

**Responsabilidad Social Empresarial y normas de  
sustentabilidad en empresas del sur de la provincia de  
Córdoba**

*Corporate Social Responsibility and Sustainability standards in  
companies in the south of the province of Córdoba*

Autor: Roccia, Milena

Legajo: CPB04896

DNI: 40.503.409

Tutor: Mgtr. D'Ercole, Favio

Río Cuarto (Cba), Diciembre 2021

## Índice

Índice.....	1
Resumen.....	2
Abstract.....	3
Introducción.....	4
Objetivo General.....	14
Objetivos específicos.....	14
Métodos.....	16
Diseño.....	16
Encuestas.....	16
Análisis Descriptivo y Explicativo.....	17
Resultados.....	18
Discusión.....	28
Conclusión.....	33
Referencias.....	36
Anexos.....	39
Anexo I: Consentimiento Informado.....	39
Anexo II: Cuestionario.....	39

## **Resumen**

En el siguiente Trabajo Final de Grado se planteó como objetivo analizar los mecanismos de adaptación de las empresas del Sur de la provincia de Córdoba a las demandas de Responsabilidad Social Empresarial.

El método en el análisis fue de manera descriptiva y explicativa, y la fuente que se implementó para la recolección de datos se realizó con una encuesta de manera conjunta con los alumnos de la cátedra de Seminario Final de Grado dentro de la Modalidad PH-2021 Río Cuarto.

Como resultado se obtuvo que un 49% de las empresas de Río Cuarto no tienen conocimiento alguno sobre Responsabilidad Social Empresarial, por consecuente, un 56% no realiza acciones con respecto a dicho término. Respecto al medio ambiente, sólo un 38% de las empresas de Río Cuarto y zona procuran respetar el medio ambiente y motivar a otras que lo hagan. En cuanto al conocimiento de las normas ISO-26000, un 37% de las empresas encuestadas no saben a qué hace referencia el término. En consecuencia, un 51% de las empresas encuestadas no cuentan con normas de sustentabilidad.

Se concluye que las empresas de Río Cuarto y zona, ante el desconocimiento de lo que implican la RSE y las normas de sustentabilidad, no generan acciones al respecto. Esto conlleva una falta de adaptabilidad a los requerimientos y demandas sociales actuales que repercuten en la obtención de ventajas económicas, sociales y ambientales.

Palabras claves: Responsabilidad Social Empresarial (RSE); Sustentabilidad; Normas sustentables; ISO-26000; RT N°36.

## **Abstract**

In the following Final Degree Project, the objective was to analyze the adaptation mechanisms of companies in the south of the province of Córdoba to the demands of Corporate Social Responsibility.

The method in the analysis was descriptive and explanatory, and the source that was implemented for data collection was carried out with a survey jointly with the students of the Final Degree Seminar chair within the PH-2021 Río Cuarto Modality.

As a result, it was obtained that 49% of the companies in Río Cuarto do not have any knowledge of Corporate Social Responsibility, consequently, 56% do not carry out actions concerning the said term. Regarding the environment, only 38% of the companies in Río Cuarto and the area try to respect the environment and motivate others to do so. Regarding the knowledge of the ISO-26000 standards, 37% of the companies surveyed do not know what the term refers to. Consequently, 51% of the companies surveyed do not have sustainability standards.

It is concluded that companies in Río Cuarto and the area, in the absence of knowledge of what CSR and sustainability standards imply, do not generate actions in this regard. This entails a lack of adaptability to current social requirements and demands that have an impact on obtaining economic, social, and environmental advantages.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility (CSR); Sustainability; Sustainable Standards; ISO-26000; RT N°36.

## **Introducción**

En el consiguiente trabajo de investigación se aborda cómo en Argentina las empresas aplican y se adaptan a las normas de sustentabilidad, bajo el conocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Para poder llevar un mejor análisis se emprendió con el concepto mismo, refiriéndonos a responsabilidad social empresarial como un concepto relativamente naciente, pero que cada vez más empresas lo absorben y lo llevan a la práctica. Esto hace que estas lo vean como una nueva forma de gestionar políticas dentro y fuera de su misma organización con el fin aproximarse y generar futuros lazos con la sociedad, siempre llevando el enfoque de forma sustentable, en tanto áreas como económicas, social y ambiental. Esto genera un impacto de forma gradual de acuerdo a Guédez (2010). A raíz de esto se abre al debate sobre que es la Responsabilidad Social Empresarial. Para obtener una discusión conceptual del mismo, se deben analizar diferentes perspectivas, ya que este mismo está mutando constantemente.

Cuando se habla de una nueva forma de gestión, se podría decir que es un modelo estratégico que abarca las derivaciones de la actividad cotidiana de la empresa. Por lo tanto, se trata de un compromiso ético que reconocen las empresas para poner en marcha las distintas políticas que estén contempladas en dicho compromiso. Para vislumbrar mejor este concepto, debe acudirse a nociones asociadas, tales como: Integridad, gradualidad, proporcionalidad y totalidad, como aporta Instituto Argentino de Responsabilidad Social y Sustentabilidad (2018).

La RSE “Se relaciona con el deber de las compañías de generar un impacto positivo en la sociedad (mejorar la calidad de vida de sus colaboradores y familias), más

allá que la rentabilidad y los buenos resultados financieros.” (Henríquez y Orestes, 2015, p. 17). La importancia de la RSE radica en que las empresas deben hacer de ella una parte fundamental de su cultura organizacional, es decir, el ADN de las mismas, haciendo que estas tengan un plus o un valor agregado frente a otras empresas. En este sentido, las mismas pueden cumplir con la aspiración de abrirse su propio camino con su entorno, ya que se van a plantear metas y objetivos con el fin de poder contribuir a un sector y así poder avanzar e ir renovándose a medida que las exigencias del mundo externo e interno lo determinen y poder persistir en un futuro, ya que deben adaptarse.

Al haber contextualizado lo anterior permite distinguir entre dos ámbitos, el interno y el externo, pudiendo así reconocer distintos actores que intervienen. Como se ha mencionado las empresas comienzan a tener una visión de negocios y mirar sus gestiones desde la responsabilidad social empresarial. Esta noción se ha ido integrando en estrategias, planificaciones, políticas, operaciones y desarrollos de las empresas independientemente de la prestación o no del bien o servicio. Estas acciones al largo plazo, impactan exclusivamente o no a un grupo, el cual se verá afectado por las medidas que tome las mismas empresas. A estos grupos los denominamos: stakeholders; tales como los nombra (Gómez Jofré y Loyola Arroyo, 2004).

De acuerdo a Volpentesta et al. (2014) el término stakeholders son todos aquellos grupos de personas, empresas y comunidades de la sociedad que directa o indirectamente están interesados en la existencia y desarrollo de las decisiones de la empresa. Ejemplos de stakeholders son proveedores, clientes, ONG, accionistas, empleados.

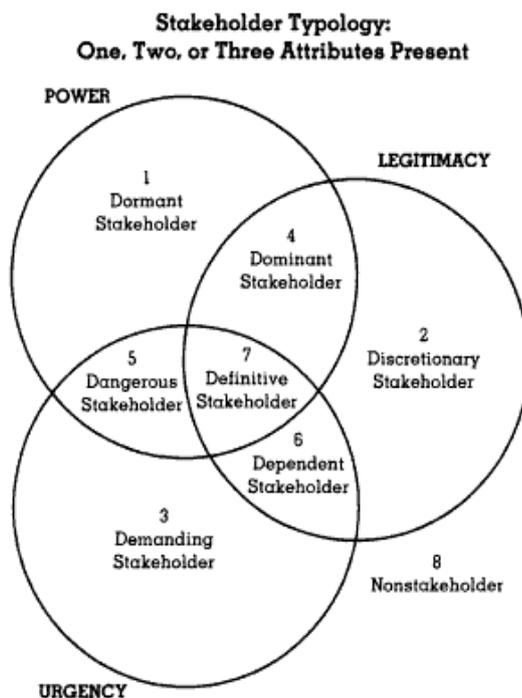
Las empresas al no conocer todos y cada uno de los stakeholders, se preocupan constantemente de que sus políticas y gestiones alcancen a ese grupo interesado. De esta

forma pueden brindar una mayor satisfacción, haciendo de esto un objetivo básico de la empresa.

Respecto al concepto de stakeholders, pueden categorizarse para tener una mejor noción de qué abarca el concepto. Siguiendo a Mitchell, Agle y Wood (1997), los stakeholders se clasifican o agrupan dependiendo los distintos grados de intereses que manejen, como se puede ver en la figura 1.

Figura 1

Tipología de partes interesadas: Uno, Dos o Tres Atributos Presentes



Fuente: Recuperado de Mitchell, Agle y Wood (1997, p.874)

En la Figura anterior se puede ver que los tres anillos que se interrelacionan son los atributos de los mismos stakeholders; en cuanto la palabra Poder hace referencia a la capacidad que tienen los stakeholders en influenciar a la organización. Por otra parte,

Legitimidad se refiere a la relación que tienen los stakeholders y la organización haciendo énfasis al sentirse perteneciente y de propiedad en función a las acciones y la relación a la que se refieren. Y por último Urgencia, hace referencia a las exigencias y requisitos que los mismos stakeholders le plantean a la organización, pero en forma de urgencia y oportunidades (Mitchell, Agle y Wood, 1997).

Siguiendo el análisis de este modelo, los autores resaltan que por la combinación de estos anillos se logra la clasificación cualitativa de los siete tipos de stakeholders. Como se ilustra a continuación.

Cuadro 1

Categorías de stakeholders, Atributos poseídos y Tipos de stakeholders.

<i>Categoría Stakeholder</i>	<i>Atributo poseído</i>	<i>Tipos de stakeholder</i>
<b>Latentes</b>	Poder	1. Adormecidos: su interés más inmediato es adquirir un segundo atributo (legitimidad o urgencia).
	Legitimidad	2. Discrecionales: su relación con la organización se mueve en un ámbito filantrópico, dado que no cuentan con poder ni demandas urgentes que satisfacer.
	Urgencia	3. Exigentes: poseen una demanda planteada, pero no disponen de fuerza suficiente ni reconocimiento social a su demanda.
<b>Expectantes</b>	Poder y legitimidad	4. Dominantes: los intereses, expectativas y demandas de estas personas o grupos son importantes para la organización.
	Poder y urgencia	5. Peligrosos: la demanda manifestada por carecer de legitimidad puede ser impuesta mediante el uso del poder o la norma, incluso bajo formas coercitivas.
	Legitimidad y urgencia	6. Dependientes: al carecer de poder se hacen dependientes de otros <i>stakeholders</i> internos o externos, para lograr que sus demandas sean atendidas por la organización.
<b>Definitivos</b>	Poder, legitimidad y urgencia	7. Al poseer los tres atributos pasan a ser un <i>stakeholder</i> prioritario para la organización y exigirán la satisfacción de sus demandas en poco tiempo.

Fuente: Recuperado de Gaete (2012, p.118)

En base a Dahlsrud (2006) puede decirse que la RSE que no tiene un único concepto, por lo que hay que analizarlo desde distintas dimensiones. Esto hace difícil

obtener un concepto universal y predominante, por lo que, dependiendo de cada empresa, hay que aplicarlo desde su mirada y contexto. Consecuentemente, se dice que las empresas tienen o tendrán el desafío de poder comprender y aplicar la responsabilidad social empresarial en un contexto específico y así poder llevar a cabo políticas y tomar decisiones para desarrollar diferentes estrategias empresariales que se adapten a estas mismas. “Lo que se busca con la RSE es abrir la empresa hacia la comunidad para desarrollar y profundizar los vínculos entre Ésta (sic) y sus stakeholders y en conjunto mejorar las condiciones de vida de la sociedad” (Roitstein, 2004, p.11).

Para poder entender mejor sobre la responsabilidad social empresarial, se tendrá que comprender el concepto de sustentabilidad. Sabiendo que el planeta cuenta con recursos limitados, las nuevas generaciones enfatizan en la importancia en la sustentabilidad como un nuevo paradigma hacia el futuro. Esto ha generado un cambio de mentalidad en la sociedad, obligando a las empresas a adecuarse y satisfacer las nuevas exigencias.

Para ello se toma como referencia a Henríquez y Orestes (2015) quienes sostienen que la sustentabilidad es un compromiso social que las empresas toman por el aumento de importancia a nivel mundial con respecto a el desarrollo sostenible. Este último involucra diferentes factores que deben ser analizados, como la sustentabilidad en la economía, en el área ambiental y social.

Se puede considerar que el nuevo enfoque de la RSE está basado en las generaciones futuras por lo que su apogeo es el debate por la crisis ambiental que ocurre actualmente a nivel mundial. Se comienza a buscar la consolidación del desarrollo sustentable a la vez que otros estándares de desarrollo socioeconómico, como nuevo estilo

de vida, tanto en las empresas como las generaciones presentes y futuras. Puede comprenderse entonces que el desafío que tienen las empresas es adecuarse a la interconexión de: obtener buenos resultados financieros de la empresa, considerar las cuestiones ambientales y además sobrellevar y satisfacer las necesidades de la sociedad con la que está comprometida.

Con respecto a la responsabilidad social empresarial en Argentina se sigue el análisis de Correa, Flynn y Amit (2004) que argumentan que el concepto se encuentra en fase inicial, por lo cual no existen gestiones o clasificación de las prácticas de RSE integrales en las empresas del país, ya que es demasiado reciente.

Siguiendo a los autores, la RSE en Argentina surge a raíz de la crisis del año 2001, ya que la incompreensión y la mala gestión del gobierno de ese momento en crisis, generó que la sociedad tomara consciencia y que las empresas bridaran sus habilidades para poder revertir la situación. En la actualidad la situación con respecto a la RSE en Argentina está cercana con los programas socio comunitarios.

En este sentido Roitstein (2004) afirma que en Argentina algunas empresas líderes comienzan a adecuar sus gestiones de políticas de acuerdo a la responsabilidad social empresarial. Con la innovación estratégica y la construcción de capital social, han logrado avanzar en estas políticas. Esto sugiere que se empieza a visualizar un mayor grado de compromiso y relación con la sociedad por parte de las empresas argentinas, generando o haciéndose de una actitud proactiva para tomar decisiones que tengan resultados positivos para los actuales y futuros stakeholders. Así se mejoran las competencias dentro del mercado.

Si bien las empresas en Argentina están fomentando el concepto de RSE, estas se encuentran ante el desafío de que la sociedad minimiza su capacidad de poder llevar a cabo ese objetivo. Es por ello que puede decirse que la sociedad cuenta con un rol sumamente importante para que haya un cambio de paradigma en el concepto de empresa y así poder promover el impacto que tienen las empresas como actores sociales.

A su vez el Estado cuenta, por un lado, con la misión de incentivar a las empresas para que éstas contribuyan socialmente y, por otro, educar a la sociedad para que sea consciente de lo que aportan las empresas argentinas a la comunidad. “El futuro de la sociedad argentina dependerá en gran medida de la habilidad que como colectivo podamos desarrollar para poder tener éxito en ambos desafíos.” (Roitstein, 2004, p.27).

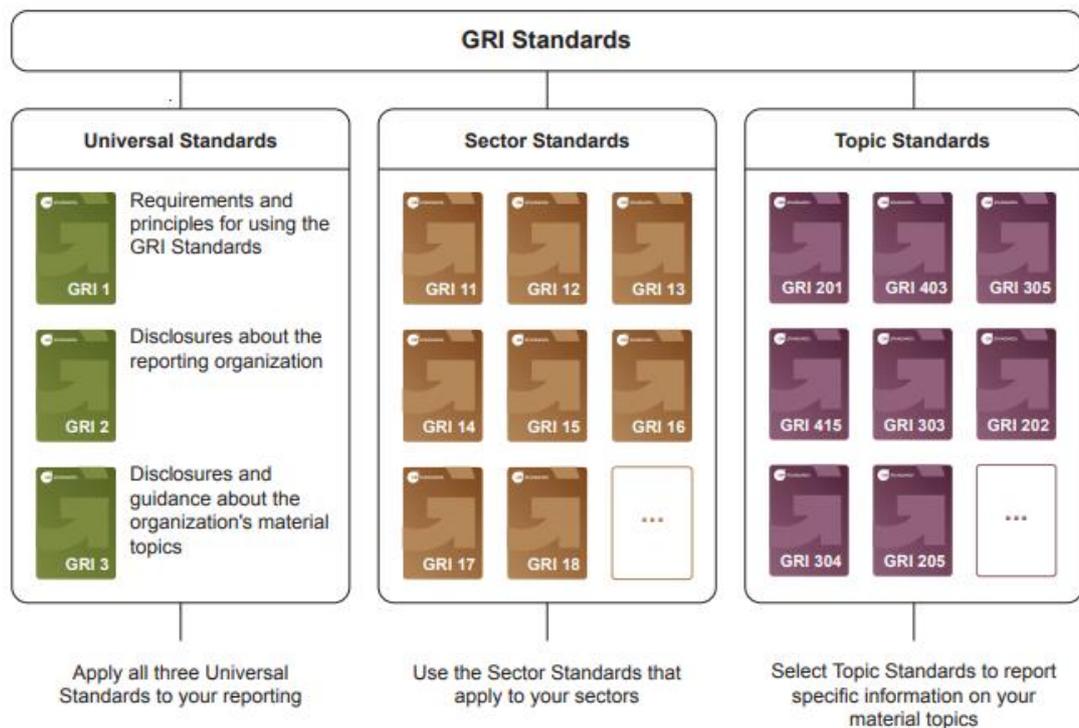
Cabe destacar que las empresas en Argentina, deben informar y contextualizar su situación no solo teniendo en cuenta lo económico y financiero, sino que, a partir de su compromiso social deben ampliar sus horizontes y visualizar el impacto que generan en lo económico, ambiental y social. Ante esto, surge el interrogante: una vez que las empresas se comprometen, ¿Cómo deben aplicar la Responsabilidad Social Empresarial bajo las tres miradas (económica, ambiental y social)? Una de las formas de hacerlo es acudir a la aplicación de las normas GRI (Global Reporting Initiative) o ISO-26000. En el caso específico de nuestro país, dichas normas se implementan y ejecutan mediante la RT N°36.

Este trabajo se enfocará especialmente en las normas ISO-26000. Esto no implica, sin embargo, desconocer el rol de las normas GRI, ya que se realizará una mirada comparación de las mismas normas.

¿Qué son las normas GRI? Estas establecen estándares de transparencias sobre el impacto de las empresas en la sostenibilidad, y su gestión. Las normas fomentan que las organizaciones entiendan e informen sus impactos de una manera que satisfaga las necesidades de múltiples partes interesadas.

Figura 2

Normas GRI: Estándares Universales y Estándares de temas específicos



Fuente: GRI Standards (2021). A short introduction to GRI standards. Recuperado de <https://www.globalreporting.org/media/wtaf14tw/a-short-introduction-to-the-gri-standards.pdf>

Por su parte, las normas ISO-26000 son “una guía de responsabilidad social que trata de tutelar a las organizaciones en su camino hacia la sostenibilidad abarcando los marcos ambiental, social y legal.” (Geoinnova, 2018, parr.nº1)

Las empresas pueden aplicar estas normas de manera voluntaria, por existen requisitos que deben cumplirse para poder obtener esta certificación. Sin embargo, los beneficios de obtener esta, genera que las empresas sean más competitivas en el ámbito social. En la actualidad aumenta la reputación e imagen de la empresa, ya que se le agrega valor al tener la certificación, aumenta la relación en el ámbito laboral, se atrae nuevos grupos de clientes y relaciones con nuevas organizaciones, y además de generar un buen clima, motivación y competencia entre los empleados de la misma organización.

Figura 3

Las 7 materias que trata la ISO 26000.

## Responsabilidad Social: 7 materias fundamentales



\*La numeración indica el correspondiente número del capítulo en la Norma ISO 26000.

Fuente: International Organization for Standardization (ISO)

International Organization for Standardization [ISO] (s.f) Responsabilidad social: 7 materias fundamentales. Recuperada de: <https://www.iso.org/search.html?q=7%20materias%20fundamentales>

En Argentina las normas ISO-26000, cuyo objetivo es mantener la uniformidad de sistemas y criterios para otorgar las certificaciones según Iso.org, son representadas por IRAM (Instituto Argentino de Normalización y Certificación). Este es el encargado de aplicarlas en el territorio de nuestro país.

De igual manera, debe mencionarse el papel que cumple la RT N°36 en la aplicación de las ISO-26000 específicamente para Argentina.

Para poder medir el grado de implementación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en las empresas, se debe tener conocimiento del término: Balance Social. Este refleja la situación de la empresa, tomando diferentes variables como la económica, la social y lo ambiental. Esto conduce a que las empresas tengan un mejor desempeño en el corto y largo plazo, así como un crecimiento en su rentabilidad.

Según el Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA), el Balance Social:

“Es una herramienta de la política empresaria que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa en términos de activos y pasivos sociales en sus ámbitos interno y externo, durante un período determinado y frente a metas de desempeño definidas y aceptadas previamente, con fines de diagnóstico del clima laboral y social, información, planeamiento de su política social y concertación con los diversos sectores con los cuales la empresa se relaciona.” (IDEA, 2001, p.11)

En Argentina, en el año 2002 nace el Instituto Argentino de Responsabilidad Social y Sustentabilidad (IARSE), que tiene como misión: “Generar conocimiento público para promover y difundir el concepto y la práctica de la Responsabilidad Social, a fin de impulsar el Desarrollo Sustentable de Argentina y la región”. (IARSE, s.f. parr. 1)

Posteriormente, la Federación Argentina de Consejos de Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE), en el año 2012 emiten la Resolución Técnica N°36 (RT N°36), cuya implementación es voluntaria por parte de las empresas.

El objetivo de la RT N°36 (la cual fue modificada por la RT N°44 en 2016), es establecer pautas y criterios para la preparación y presentación del balance social, con indicadores de desempeño cuantitativos y cualitativos. Estos permiten que las empresas puedan informar con transparencia, los resultados de la toma de decisiones que surgen como resultado de sus gestiones de RSE y de la aplicación de normas de sustentabilidad, es decir, dando a conocer las actividades de la empresa en aspectos económicos, sociales y ambientales, (RT 36, 2012).

#### *Objetivo General*

Analizar los mecanismos de adaptación de las empresas del Sur de la provincia de Córdoba a las demandas de Responsabilidad Social Empresarial.

#### *Objetivos específicos*

- Determinar si las empresas implementan prácticas de RSE y el grado de importancia de las mismas.
- Identificar qué tipos de normas sustentables conocen y aplican las empresas de Río Cuarto y zona.

- Analizar la implementación que haría la empresa de las normas sustentables en un futuro.

## **Métodos**

### *Diseño*

En este Trabajo Final de Grado se llevará a cabo una investigación de las empresas en la localidad de Río Cuarto, donde se hará un análisis de manera descriptiva y explicativa basada en la búsqueda de cómo se adaptan y aplican las empresas de Río Cuarto las normas de sustentabilidad, bajo la mirada de la Responsabilidad Social Empresarial.

Se realizó un tipo de investigación mixta (cualitativa y cuantitativa) donde se recolectaron datos a través de preguntas y que tiene como objetivo describir las cualidades que genera la aplicación o no de las normas sustentables en la empresa, es decir, la resolución del objetivo general y los específicos.

Los datos se tomaron de manera transversal lo que quiere decir que la investigación fue dada en un solo momento de tiempo.

### *Encuestas*

En conjunto con los alumnos de la cátedra de Seminario Final de Grado dentro de la Modalidad PH-2021 Río Cuarto, se llevó a cabo la elaboración de 50 preguntas o más de forma múltiple opción, la cual abarcaba distintas temáticas como: empresas en general, finanzas, RSE (Responsabilidad Social Empresarial), PyMEs.

La encuesta se llevó a cabo a distintas empresas de la localidad del Sur de la Provincia de Córdoba, de manera personal y anónima. Todo ello bajo el consentimiento que han firmado los encuestados para poder dar inicio a la encuesta (Ver Anexo I: consentimiento informado). Se tomaron datos específicos de los cuestionarios teniendo en cuenta la confidencialidad, ya que se realizaron de manera personal, lo que genera que

no haya gran grado de información errónea, y garantiza que información recolectada sea certera, (Ver Anexo II: Cuestionario).

La información recolectada mediante las entrevistas, se recolectó para su posterior análisis estadístico. Para ello se utilizó el software de análisis de datos EXCEL. A través de éste se estableció una matriz de datos a partir de la cual se analizaron las medidas de tendencia central, específicamente la moda.

#### *Análisis Descriptivo y Explicativo*

Una vez obtenidos los datos estadísticamente, se procedió a analizar los mismos de manera descriptiva y explicativa. A partir de allí, se intentó conocer y describir las relaciones que existen entre las variables bajo estudio, para en este caso resolver o entender con mayor exactitud los objetivos planteados.

Teniendo en cuenta el análisis explicativo se intenta explicar, analizar, interpretar y resolver las relaciones y los causales por las que se dan dichos fenómenos en ese contexto de la empresa. Esto dará pie a una respuesta operativa a los objetivos planteados anteriormente a los mecanismos de adaptación de las empresas del Sur de la provincia de Córdoba a las demandas de Responsabilidad Social Empresarial.

## Resultados

Figura 1: Conocimientos sobre Responsabilidad Social Empresarial



Fuente elaboración propia basada en las 60 unidades de observación hechas a empresas de Río Cuarto y zona.

Aplicando la interrogante sobre si se tiene conocimiento del concepto de Responsabilidad Social Empresarial a las empresas de Río Cuarto y zona, se obtuvo que un 49% han tenido “El primer contacto que tengo con este tema”; por lo que se demuestra la falta de conocimientos que hay sobre el concepto de RSE.

Posteriormente a esta pregunta, se les facilitó a los encuestados un breve concepto de RSE para que los mismos pudieran interpretarlo y tener un conocimiento sobre lo que implica el mismo. De esta manera se explicitó que la RSE es el compromiso que toma la empresa con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la sociedad, teniendo en cuenta los aspectos económicos, sociales y medioambientales.

Esto a su vez, lleva a cuestionarse cómo interpretan la RSE aquellas empresas que tienen poco o un leve conocimiento del concepto. Para esto se plantearon distintos interrogantes dentro de la encuesta, de las cuales se obtienen los siguientes datos:

Figura 2: ¿Realiza acciones de RSE?

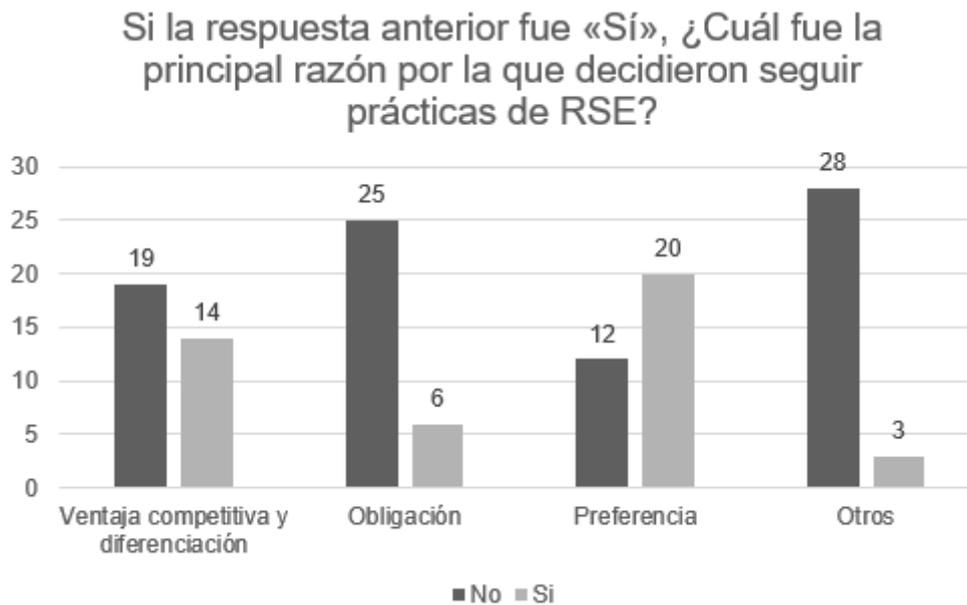


Fuente elaboración propia basada en las 60 unidades de observación hechas a empresas de Río Cuarto y zona.

Se observa que la mayoría de las empresas de Río Cuarto y Sur de la provincia de Córdoba, no aplican acciones de RSE (56%).

Teniendo en cuenta el porcentaje del 30% que sí aplican acciones, se consideró la pregunta sobre ¿Cuál fue la principal razón por la que decidieron seguir prácticas de RSE?

Figura 3: ¿Cuál fue la principal razón por la que decidieron seguir prácticas de RSE?

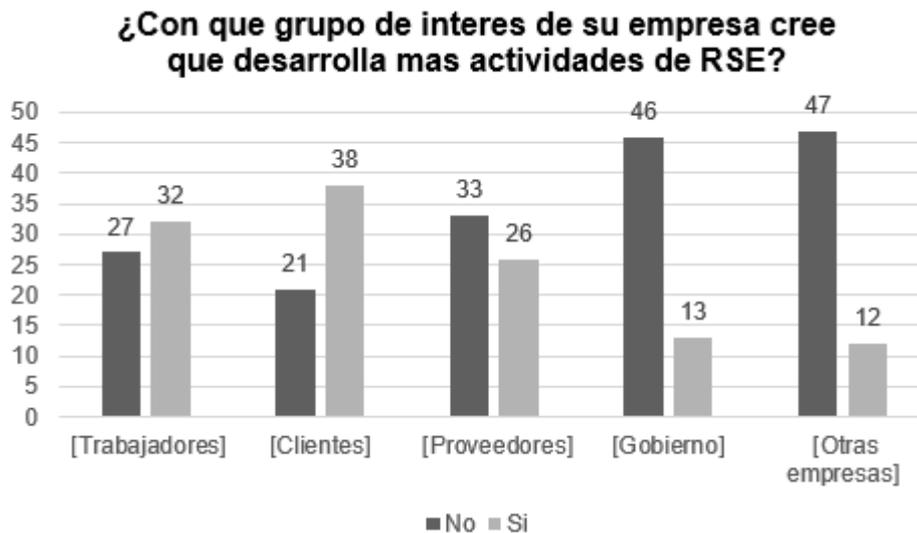


Fuente elaboración propia basada en las 60 unidades de observación hechas a empresas de Río Cuarto y zona.

Esto demuestra que el grado de compromiso que tienen las empresas con el seguimiento de las prácticas de RSE, en su mayor porcentaje son por Preferencia, seguido de la obtención de una ventaja competitiva y diferenciación dentro del mercado donde se encuentra.

Habiendo preguntado eso, se planteó la incógnita sobre qué grupo de interés de la empresa, se desarrollaría más actividades de RSE, para dar una respuesta a esta pregunta se analizó la siguiente cuestión.

Figura 4: ¿Con qué grupo de interés de su empresa cree que desarrolla más actividades de Responsabilidad Social Empresarial?

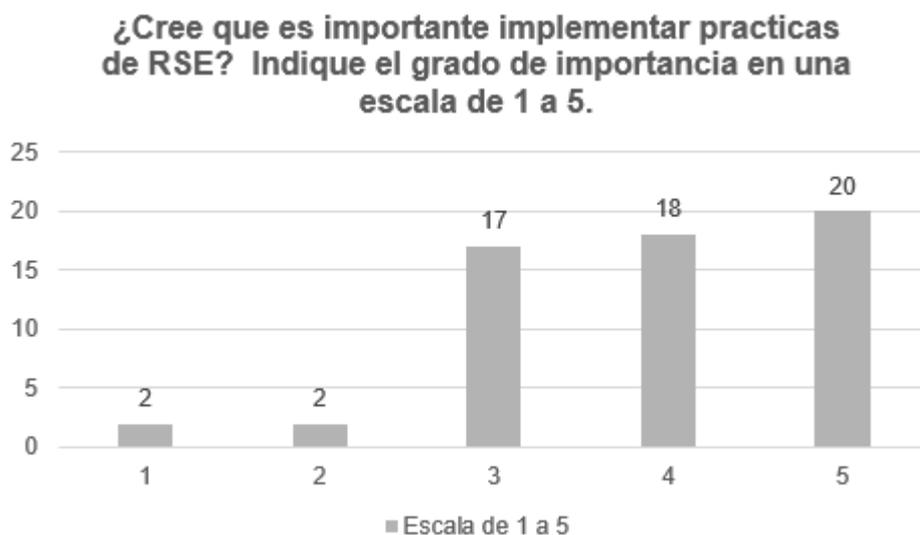


Fuente: elaboración propia basada en las 60 unidades de observación hechas a empresas de Río Cuarto y zona.

Las empresas consideran que en gran medida desarrolla más actividades de RSE en conjunto con los clientes, seguido de los trabajadores, proveedores, el gobierno y otras empresas afines a su rubro. Se observa así que se tienen en cuenta en gran medida al círculo cercano a la empresa.

Posteriormente, se elaboró una pregunta acerca del grado de importancia que le otorgan las empresas a la implementación de RSE.

Figura 5: ¿Cree que es importante implementar prácticas de RSE?

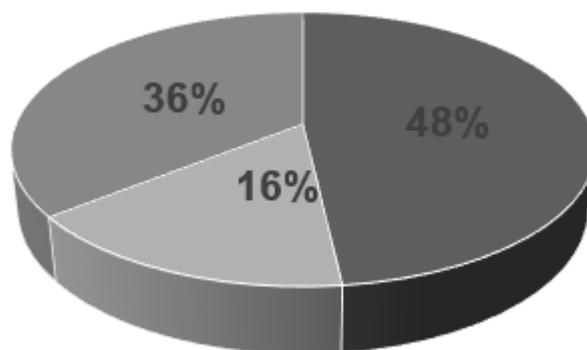


Fuente elaboración propia basada en las 60 unidades de observación hechas a empresas de Río Cuarto y zona.

Según estos resultados, un 38% de las empresas han considerado de gran importancia la aplicación de las prácticas de RSE. Pero teniendo en cuenta los resultados anteriormente dichos, a los encuestados les planteamos la siguiente pregunta ¿Cuál área crees que la empresa le otorga mayor importancia?, haciendo referencia a las prácticas de RSE que implementan las mismas.

Figura 6: ¿Cuál área crees que la empresa le otorga mayor importancia?

**¿Cuál área crees que la empresa le otorga mayor importancia?**



▪ Área Económica/Financiera    ▪ Área Sustentable    ▪ Área Operativa

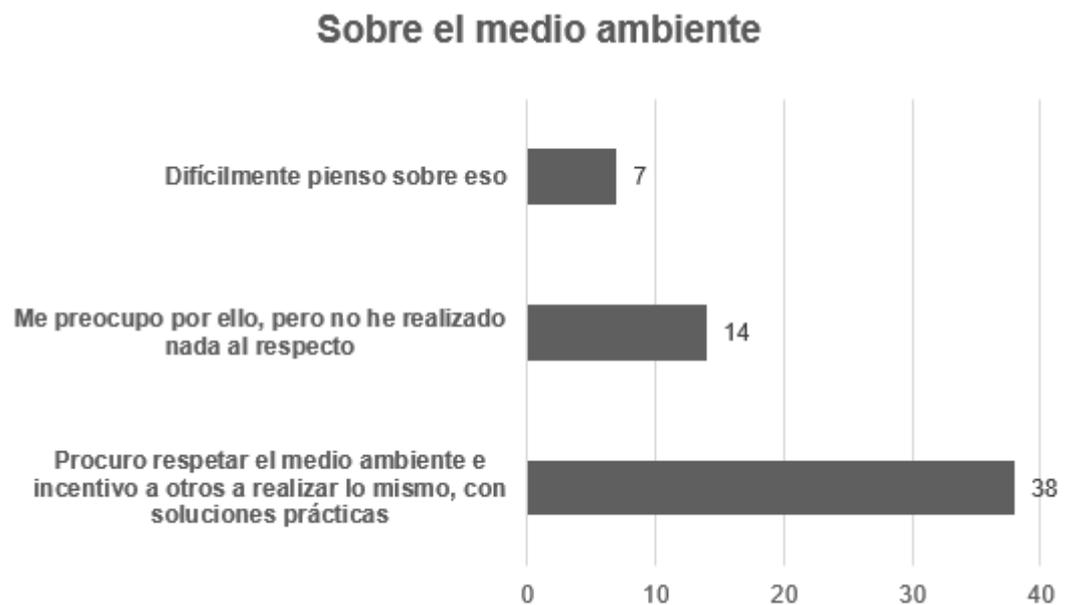
Fuente elaboración propia basada en las 60 unidades de observación hechas a empresas de Río Cuarto y zona.

Observando los índices porcentuales, las empresas encuestadas con un 48% les otorgan mayor importancia a las prácticas de RSE en el Área Económica/Financiera, seguida de las áreas operativa y sustentable.

Esto otorga una mayor amplitud visual referida a los conocimientos que tienen las distintas empresas de la localidad del Sur de la Provincia de Córdoba, pero además de

hacer referencia a la RSE, se les encuestó sobre la sustentabilidad ambiental y normas de sustentabilidad en referencia a la empresa. Por lo que en un principio se les planteo la siguiente interrogante:

Figura 7: Sobre el Medio Ambiente.



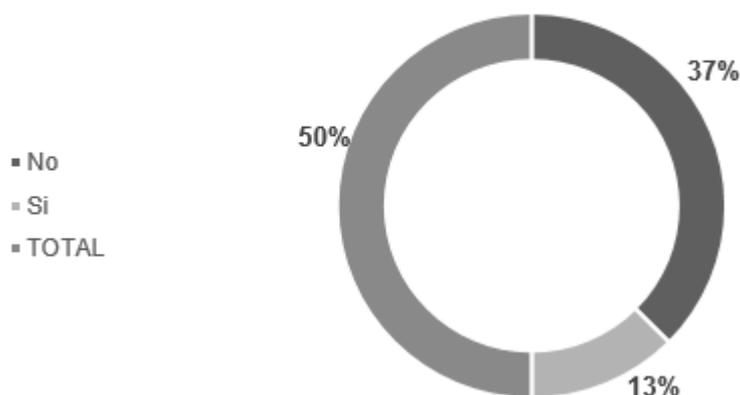
Fuente elaboración propia basada en las 60 unidades de observación hechas a empresas de Río Cuarto y zona.

Se plasma el grado de importancia que le otorgan las empresas por el medio ambiente, llevándonos como resultado que las empresas encuestadas procuran respetar el medio ambiente e incentivan a otros a realizar lo mismo, con soluciones prácticas.

Entonces se les planteo la siguiente interrogante en base a las Normas de Sustentabilidad planteadas al comienzo del estudio: ¿Sabe lo que son las normas ISO-26000?

Figura 8: ¿Sabe lo que son las normas ISO-26000?

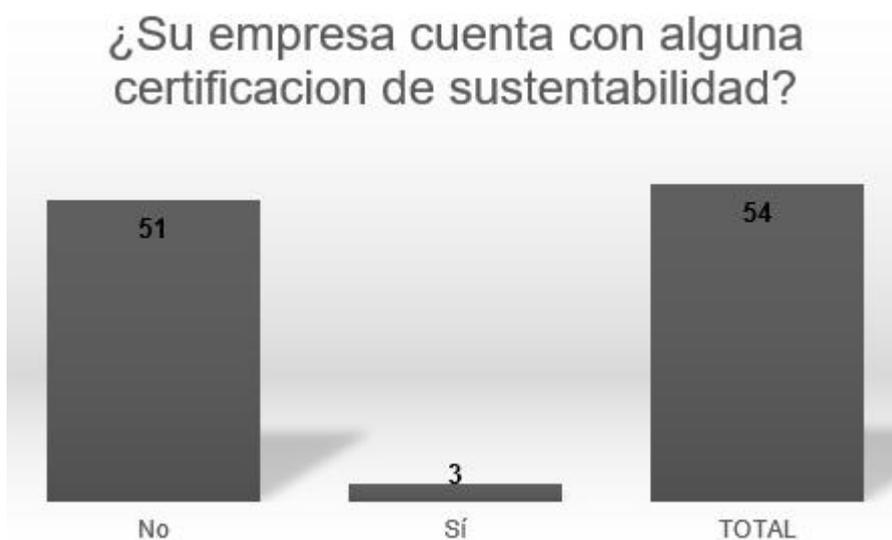
## ¿Sabe lo que son las normas ISO-26000?



Fuente elaboración propia basada en las 60 unidades de observación hechas a empresas de Río Cuarto y zona.

Teniendo como respuesta que el 37% de los encuestados no saben lo que son las normas ISO-26000. En relación a los conocimientos plasmados de la pregunta anterior, se les planteo la siguiente interrogante: ¿Su empresa cuenta con alguna certificación de sustentabilidad?, para conocer como están posicionadas las empresas con respecto a las normas de sustentabilidad.

Figura 9: ¿Su empresa cuenta con alguna certificación de sustentabilidad?

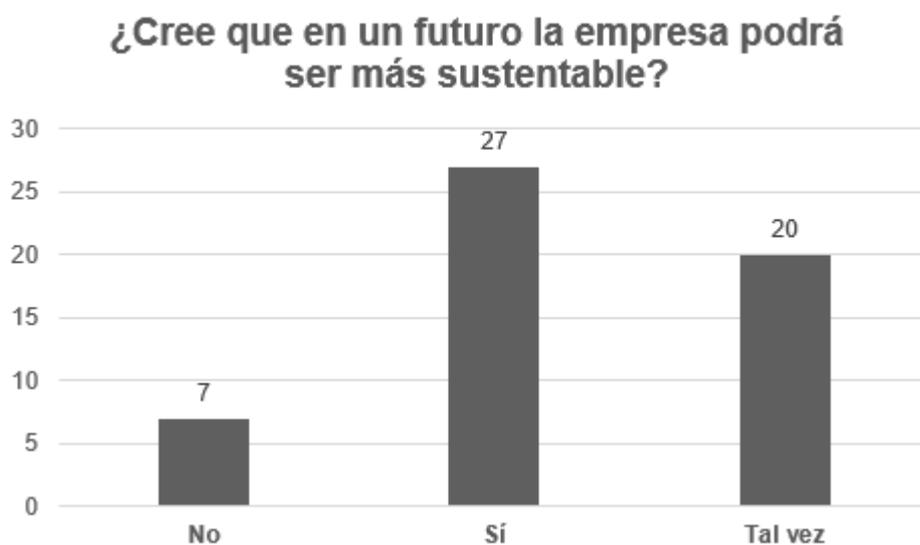


Fuente elaboración propia basada en las 60 unidades de observación hechas a empresas de Río Cuarto y zona.

Como resultado se obtuvo que un 51% de los encuestados de un total de 60 empresas encuestadas, no aplican normas de sustentabilidad.

Luego se les planteo como incógnita si las empresas podrían ser más sustentables y de qué manera podrían serlo, lo cual se da un mejor panorama de la posición presente y futura de dichas empresas de la localidad del Sur de la Provincia de Córdoba, y sus pensamientos respecto a ello.

Figura 10: ¿Cree que en un futuro la empresa podrá ser más sustentable?



Fuente elaboración propia basada en las 60 unidades de observación hechas a empresas de Río Cuarto y zona.

En su mayoría las empresas optarían por ser más sustentables en un futuro, por lo cual se les planteó la siguiente propuesta redactar ¿de qué manera ellos podrían ser más sustentables en un futuro?

Figura 10: ¿De qué manera pueden ser más sustentables en un futuro?



como el agua. Mientras que, por otra parte, se vio plasmado el querer motivar e incentivar a la sociedad con la que trabaja, para un mejoramiento del medioambiente en el cual se rodea; ya sea el caso de no entregar bolsas de plásticos y educar a alumnos para mejorar sus hábitos para una vida más saludable.

## Discusión

En el presente trabajo final de grado se tuvo como objetivo general definir los mecanismos de adaptación de las empresas de la ciudad de Río Cuarto y zona a las distintas normas de sustentabilidad y la adopción de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Para analizar en profundidad dicho objetivo, se realizaron encuestas mediante un Formulario de Google, el cual brindó la información base para poder analizar los distintos objetivos específicos que se plantearon con anterioridad.

La Responsabilidad Social Empresarial como concepto reciente y mutante, en el mundo y más novedoso en Argentina, genera que las empresas (en un principio las grandes y luego las medianas y pequeñas empresas) obtengan un compromiso en diferentes áreas como la económica, social y ambiental, tanto externas como internas. Esto repercute en el hecho de que las empresas pueden distinguirse y adquirir un mejor posicionamiento e impacto positivo frente al mercado competitivo, como también en la sociedad, coincidiendo con Henríquez y Orestes (2015).

Al igual que en el mundo, Argentina intenta fomentar y motivar distintas políticas y legislaciones para llevar a cabo dichas prácticas, ejemplo de ello es la RT N°36. No obstante, de la información obtenida por las encuestas realizadas se puede sostener que la RSE es un concepto que no se pone en práctica y se desconoce en las empresas del sur de Córdoba. Ante la pregunta acerca del conocimiento de la RSE (ver figura 1) el 49% (29 encuestados) indica que es el primer contacto que tienen con este tema cuando se les interroga al respecto. Sólo el 29% (17 encuestados) indicó que buscan ampliar los

conocimientos que tienen acerca de la RSE y el 22% (13 encuestados) tiene pocos conocimientos.

De lo anterior surge que, en la actualidad en Argentina el concepto está en pleno desarrollo, lo cual hace que se tenga un conocimiento superficial del concepto en las empresas de la ciudad de Río Cuarto y zona. Eso no quita que algunas de las empresas realicen y pongan en práctica acciones de RSE, aunque se mostró muy poco interés en la ejecución de las mismas. Esto queda comprobado con los resultados obtenidos a la pregunta si realiza acciones de RSE. Un 56% no realiza acciones de RSE, 30% sí, pero no registra las acciones de la empresa y un 14% registra e informa las acciones. El hecho de que en nuestro país no sean obligatorias las acciones de RSE no colaboran a que se modifiquen estos resultados.

Posteriormente, y a aquellos encuestados que realizan prácticas de RSE (44% de los encuestados) se les interrogó las razones por las que las llevan a cabo. Una de las principales razones por las cuales las empresas encuestadas aplican este tipo de prácticas son por preferencias, ya sea porque estas lo han hecho por iniciativa propia o por alguna normativa legal para obtener certificaciones internacionales. Seguido de que, en la actualidad, se tiene como mirada que llevar a cabo las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial genera una imagen positiva dentro de su entorno. Esto es a lo que más apuntan las empresas cuando aplican estas prácticas.

Cabe destacar que las prácticas de RSE llevadas a cabo por las empresas de Río Cuarto y zona, se realizan especialmente con los clientes y en menor medida con los trabajadores. Esto es lo que normalmente sucede de acuerdo a lo que sostienen Mitchell, Agle y Wood (1997) con los tres anillos interrelacionados, pues hay una estrecha relación

entre este grupo de interés (los clientes) con las empresas. Además, éstos influyen y originan exigencias y/o oportunidades dentro de la empresa, tanto en el aspecto económico como social. Son los clientes el grupo de interés que desarrolla más actividades para las empresas, de acuerdo a su ubicación y dependiendo el rubro en el cual opera. De esta manera, en su mayoría, las prácticas las lleva a cabo son sus clientes por lo que, viéndolo desde la perspectiva económica, genera un gran impacto ya que es la base para que la empresa pueda sobrevivir en el mercado frente a sus competencias.

De acuerdo con el segundo objetivo específico del trabajo, relacionado a la importancia de la implementación de las prácticas de RSE, en afinidad con Henríquez y Oretes (2015), las prácticas causan una imagen positiva a las empresas, otorgándoles ese plus de valor, y generando lazos para un futuro con la sociedad. Es por ello que, ante la pregunta ¿cree que es importante implementar prácticas de RSE?, un 38% respondió que es imprescindible su implementación en las empresas de Río Cuarto y zona.

Luego se interrogó acerca de las áreas a las cuales las empresas le otorgan mayor importancia para llevar a cabo prácticas de RSE. Un 48% de los encuestados respondieron que son las áreas económicas y financiera ya que se las considera de mayor importancia y las cuales van a dar la base para la obtención de mejores gestiones e implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (Roitstein, 2004).

Para una mayor internalización del concepto de RSE se tiene que hacer hincapié en el concepto de Sustentabilidad Ambiental. Es por esta razón que se interrogó a los encuestados sobre la importancia del medio ambiente para las empresas del Sur de la Provincia de Córdoba. El resultado fue que un 38% respondió que todas las empresas están de acuerdo en respetar el medio ambiente e incentiva a otros a realizar lo mismo,

mientras que un 14% responde que se preocupa, pero no realiza acciones para mejorar el medio ambiente. El restante 7% difícilmente piensa sobre eso (Henríquez y Orestes, 2015).

Teniendo en cuenta que las empresas en el mundo tienen gran conciencia de lo que implica la sustentabilidad ambiental, se preguntó a las empresas de Río Cuarto y zona si saben lo que son las normas ISO 26000. Cabe aclarar que las ISO asesoran a las empresas u organizaciones a tener mayor responsabilidad con la sociedad y medioambiente. Pese a su gran importancia a nivel nacional e internacional, un 37% de los encuestados respondió que no las conocía, el 13% dijo que sí y el resto no respondió a la pregunta solicitada.

En relación a lo anterior, se consultó si la empresa cuenta con alguna certificación de sustentabilidad. Un 51% de las empresas encuestadas respondió que sí y un 3% que no. En Argentina, las certificaciones son voluntarias de acuerdo a la RT36 cuya aplicación es discrecional. Las normas de la Resolución Técnica N° 36 “se aplican a la preparación del balance social cuando la organización haya optado por su elaboración, a ser presentados a terceros por todo tipo de ente (público, privado o mixto) con o sin ánimo de lucro.” (RT N°36, 2012, p.6)

Con posterioridad se interrogó a los encuestados si creen que en un futuro la empresa podrá ser más sustentable. El 27% respondió de manera afirmativa, el 20% dijo que tal vez y un 7% sostiene que no. El restante 46% de los encuestados no seleccionaron ninguna opción.

Concluyendo la encuesta, también se preguntó de qué manera consideran los encuestados que su empresa puede ser más sustentable. De las respuestas aportadas por

los encuestados, surgen, en general, dos grandes motivos por los cuales las empresas pueden decantarse en adoptar acciones sustentables. En primer lugar, algunos se decantan por motivos relacionados a lograr una imagen positiva que beneficie la rentabilidad de la empresa (ej.: reducción de la energía eléctrica, empleando nuevas tecnologías en la producción, etc.). Por otro lado, las empresas adoptarían acciones sustentables teniendo como meta el impacto social y la concientización que traerían aparejadas en el entorno en que el que se encuentran insertas (ej. No entregar bolsas de plástico).

Finalmente, debe destacarse que, si bien las empresas de Río Cuarto y zona se encuentran dispuestas a aplicar nuevas prácticas para mejorar el medio ambiente, se visualiza que ninguna de ellas ha mencionado la aplicación de Normas Sustentables nacionales e internacionales. Esto lleva a cuestionarse si realmente se hace promoción desde los distintos organismos de aplicación, estas normas y los beneficios que conllevan. Esto permitiría que más empresas de Río Cuarto y zona se adhieran voluntariamente poniendo en práctica el concepto de RSE y por lo tanto poder obtener una certificación que este contemplada en la RT N°36.

Para la realización de la presente investigación surgieron algunas limitaciones. En primer término, la encuesta fue demasiado extensa por lo que los encuestados no respondieron a todas las preguntas, haciendo que no se recaudaran al 100% los datos. En consonancia con ello, otra dificultad fue que las encuestas se llevaron a cabo bajo pandemia, lo cual dificultó en gran medida que muchos de los encuestados se rehusaran a querer responder de manera presencial. Otro de los obstáculos fue la falta de comprensión a lo que se preguntaba por parte de los encuestados por haberse enviado el cuestionario de manera virtual. Finalmente, la muestra fue pequeña y poco definida, ya que implican empresas de rubros muy distintos (heterogeneidad de la muestra).

Como contraparte, se presentaron ciertas fortalezas al momento de realizar la investigación. Entre ellas se puede mencionar la buena predisposición de los integrantes de las empresas encuestadas a la hora de responder el formulario. También el hecho de que, a pesar de la situación en pandemia, se ha podido cursar de manera virtual la materia de Seminario Final de la carrera de Contador Público ha sido un punto a favor. De igual manera, considerando que la muestra fue pequeña, se pudo establecer que los resultados de las encuestas realizadas, coincidían con los autores citados anteriormente.

Finalmente, el poco conocimiento con respecto a Responsabilidad Social Empresarial por parte de las empresas de Río Cuarto y zona, incentiva a que se siga investigando sobre la temática. De esta manera, se pueden realizar aportes significativos para que las empresas de la zona conozcan e implementen las innovaciones que respecto de las RSE se están realizando alrededor del mundo.

### *Conclusión*

Cabe mencionar que los resultados obtenidos han cumplido con el objetivo general de analizar los mecanismos de adaptación de las empresas del Sur de la provincia de Córdoba a las demandas de Responsabilidad Social Empresarial, y además han coincidido con los antecedentes mencionados anteriormente. Debe resaltarse que el concepto de Responsabilidad Social Empresarial se encuentra recién en pleno desarrollo en empresas líderes del mercado en Argentina, por lo que el mundo empresarial se está adaptando paulatinamente a los requerimientos de la RSE. En cuanto a Río Cuarto y zona, un 49% de las empresas argumentan que es la primera vez que toman contacto con el concepto de RSE, lo cual hace difícil la aplicación de gestiones para un futuro de la empresa. Al haberse plasmado que las empresas no tienen el conocimiento de dicho concepto, no resulta extraño que, consecuentemente, un 56% de las empresas encuestadas

no aplicarían acciones de RSE. Con esto queda demostrado el casi nulo conocimiento que las empresas tienen en su gestión con respecto a dichas prácticas. Esto genera además una gran incertidumbre para la toma de decisiones a largo plazo.

Posteriormente se les pregunto a las empresas cuál era el área a la que le otorgaban mayor importancia, siendo la principal respuesta el área de Economía/Financiera con un 48%, haciendo de esta un reflejo de como es el contexto económico en el que están las empresas de la ciudad de Río Cuarto y el país. Este análisis hizo que se planteara la importancia que le otorgan las empresas a la RSE, concluyendo que las empresas del Sur de la provincia de Córdoba, en su mayoría consideran que se tendrían que implementar las prácticas de RSE.

Teniendo en cuenta la sustentabilidad, en las empresas de Río Cuarto y zona, en un 38%, procuran respetar y además motivar e incentivar a otros que lo hagan, ya que se refieren a prácticas a realizar en un futuro. Por ello se les pregunto sobre normas ISO-26000, concluyendo que un 37% no saben qué son, en consecuencia, un 51% no aplica ninguna certificación de sustentabilidad.

Concluyendo se ve un resultado que no es positivo para las empresas de Río Cuarto y zona. Como se mencionó, las empresas que están en pleno desarrollo han tenido poco conocimiento de lo que implican las prácticas de RSE y las Normas de Sustentabilidad. Esto hace que no se apliquen mejoras en las tomas de decisiones, prevaleciendo el área económica y financiera.

Como recomendación, las empresas de Río Cuarto y zona deberían interiorizarse más en el término de Responsabilidad Social Empresarias y lo que implica la aplicación de Normas sustentables. Esto ayudaría a que las empresas tuvieran una visión más

positiva por parte de la sociedad, y especialmente de las nuevas generaciones, que demandan acciones más contundentes y efectivas en relación al medio ambiente. También traería aparejado un mayor crecimiento económico ya que las empresas que lleven a cabo acciones sustentables tendrán mejor recepción por parte de la comunidad en la que se encuentran insertas.

A su vez, el Estado en conjunto con las entidades bancarias deberían tener presente en sus políticas económicas la necesidad de aplicar herramientas crediticias que tengan como eje fomentar la adaptación de las acciones empresariales a los objetivos de la sustentabilidad y de las RSE. Esto incentivaría a las empresas de Río Cuarto y zona a tratar de adaptar su gestión a objetivos de sustentabilidad con el fin de obtener esas facilidades financieras.

Finalmente, al ser esta investigación sobre una temática poco estudiada, se recomienda profundizar en el análisis de la Responsabilidad Social Empresarial. Especialmente en un contexto regional y pos pandemia, existe la necesidad de que posteriores investigaciones aborden, con más precisión y profundidad, la aplicación de medidas de RSE y sustentabilidad en empresas locales para el mayor beneficio económico, social y medioambiental de las mismas.

## Referencias

- Rubio Rodríguez, G., Hernández Aros, L., Bermeo Pazmiño, K., & Meneses Varón, N. (Enero-Junio de 2020). Análisis de las normas internacionales de información financiera y su relación con la responsabilidad socialempresarial. *Revista Economía y Política*(118-131), 0. doi:<https://doi.org/10.25097/rep.n31.2020.08>
- Aciar, D. K. (2019). ANÁLISIS DE INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA COMO INSTRUMENTO DE GESTIÓN EN ARGENTINA. Argentina. Obtenido de <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/17314>
- Acosta, M. C., & Levin, A. (2015). Panorama sobre el balance social cooperativo en Argentina: modalidades de implementación. *IX Congreso RULESCOOP*. Obtenido de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/49843>
- Acuña, A. P. (2012). LA GESTION DE LOS STAKEHOLDERS. ANÁLISIS DE LOS DIFERENTES MODELOS. *Encuentro Regional Zona Sur Adenag*. (pág. 0). Trelew: Universidad Nacional del Sur. Obtenido de <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/4441>
- Altamirano Salazar, A. (Julio-Diciembre de 2018). IDENTIFICACIÓN DE LOS STAKEHOLDERS Y CONFLICTOS DE INTERÉS EN LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO DEL ECUADOR. *Visión De Futuro.*, 22(2), 0. Obtenido de <https://visiondefuturo.fce.unam.edu.ar/index.php/visiondefuturo/article/view/293>
- Amato, C., Buraschi, M., & Peretti, M. (2015). Orientación de los empresarios de Córdoba-Argentina hacia la sustentabilidad y la responsabilidad social empresarial: identificación de variables asociadas a cada constructo. *Contaduría y Administración* , 61(1), 84-105. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2015.10.001>
- BELLO KNOLL, S. I., & GONZÁLEZ, R. O. (2013). El balance social, la RT 36 y ley de sociedades comerciales. *El balance social, la RT 36 y ley de sociedades comerciales*. XII CONGRESO ARGENTINO DE DERECHO SOCIETARIO Y VIII CONGRESO IBEROAMERICANO DE DERECHO EMPRESARIO Y DE LA EMPRESA. . Obtenido de <http://www.todaviasomos pocos.com/ponencias/ciencias-economicas-ponencias/el-balance-social-la-rt-36-y-ley-de-sociedades-comerciales/>
- Bengua, J., & Clerici, Y. (2009). Responsabilidad Social de la Empresa: análisis de las memorias en Argentina. *Gestión Joven "Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas*. Obtenido de <https://ideas.repec.org/a/ges/articl/2008-1072-92.html>
- Berri, A. M., & Palacios, C. (2019). Fundamentos que avalan al contador público como verificador del balance social. *Fundamentos que avalan al contador público como verificador del balance social*. Argentina: Anuario de la Facultad de Ciencias Económicas del Rosario. Obtenido de <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/11047>
- Bilbao, A., Zanini, R., Bocco, M., Bernardi, A., & Miazso, C. (2005). La responsabilidad social empresarial como sistema de gestión integral en el marco de una economía sustentable. *Lumina. Revista Iberoamericana de contabilidad, administracion y economia.*, 6, 84-103. doi:<https://doi.org/10.30554/lumina.06.1168.2005>

- Cantú-Martínez, P. (Septiembre-Diciembre de 2013). Las instituciones de educación superior y la responsabilidad social en el marco de la sustentabilidad. *Revista Electrónica Educare*, 17(3), 1.
- Correa, M., Flynn, S., & Amit, A. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. Santiago de Chile: Naciones Unidas CEPAL. REPOSITORIO DIGITAL. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/5621-responsabilidad-social-corporativa-america-latina-vision-empresarial>
- Crespo Razeg, F. (octubre-diciembre de 2010). ENTRE EL CONCEPTO Y LA PRÁCTICA: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. *Universidad ICESI- Estudios Gerenciales*, 26(117), 119-130. doi:[https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(10\)70137-6](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(10)70137-6)
- Dahlsrud, A. (9 de Noviembre de 2006). Copyright © 2006 John Wiley & Sons, Ltd and ERP Environment How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. *Wiley InterScience*, 15(1), 1-6.
- Decisions, G. E. (31 de Agosto de 2020). El ABC de los Estándares GRI para funcionarios públicos (The ABC of GRI Standards for public officials). Obtenido de <https://www.globalreporting.org/search/?query=normas+gri+para+funcionarios+publico+s+>
- Del Valle Diaz, M. (2006). La política ambiental argentina: su errático desarrollo. *KAIROS. Revista de Temas Sociales.*, 0. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7225118>
- Fernández Fernández, J. L., & Bajo Sanjuán, A. (Segundo Semestre, Julio-Diciembre. de 2012). La Teoría del Stakeholder o de los Grupos de Interés, pieza clave de la RSE. *Revista Internacional de Investigacion en Comunicacion aDRResearch ESIC.*, 6(6), 130-143. doi:10.7263/ADR.RSC.006.07
- Gaete Quezada, R. (2012). Gobierno universitario pluralista. Una propuesta de analisis desde la teoria de los stakeholders. . *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC).*, 9(2), 115-129. doi:<http://dx.doi.org/10.7238/rusc.v9i2.1412>
- Geoinnova. (s.f.). Obtenido de <https://geoinnova.org/blog-territorio/medioambiente-iso-26000/>
- González García, I., López Mato, L., Peña, T., Preziosa, M. M., Ripoll, S., & Sylvester, R. (Octubre de 2001). El Balance Social. Un enfoque integral. *IDEA. Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina*. Obtenido de [https://www.academia.edu/35581355/El\\_balance\\_social\\_Un\\_enfoque\\_integral\\_Con\\_Ignacio\\_Gonzalez\\_Garcia\\_Liliana\\_Lopez\\_Mato\\_Taira\\_Peña\\_Marta\\_Preziosa\\_Sergio\\_Ripoll\\_Roberto\\_Sylvester\\_2001?auto=download](https://www.academia.edu/35581355/El_balance_social_Un_enfoque_integral_Con_Ignacio_Gonzalez_Garcia_Liliana_Lopez_Mato_Taira_Peña_Marta_Preziosa_Sergio_Ripoll_Roberto_Sylvester_2001?auto=download)
- González, P., Acuña Moraga, O., Astete Tapia, K., & Medel Maturana, J. (Febrero de 2021). Responsabilidad social y consumo sustentable: el caso de estudiantes de formación superior de Talca (Chile). *Información tecnológica*, 32(1), 143-150. doi:<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642021000100143>
- Guédez, V. (2010). *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL VISIONES COMPLEMENTARIAS HACIA UN MODELAJE SOCIAL*. Caracas: Alianza Social de Venamcham.

- Henríquez Larrarte, R., & Oreste Burgos, R. (agosto de 2015). Implicancias de una Responsabilidad Social Empresarial Sustentable. *Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología*, 8 (23), 16-27.
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria. (4 de Abril de 2018). *Instituto Argentino de Responsabilidad Social y Sustentabilidad*. Obtenido de Instituto Argentino de Responsabilidad Social y Sustentabilidad: <https://www.iarse.org/publicaciones>
- ISO. (s.f.). *ISO Members* . Obtenido de <https://www.iso.org/member/1520.html>
- Mitchell, R., Agle, B., & Wood, D. (Octubre de 1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *The Academy of Management Review*, 22(4), 853-886. doi:<https://doi.org/10.2307/259247>
- Normalizacion, O. I. (s.f.). Descubriendo ISO 26000. *ISO 26000 Guia sobre Responsabilidad Social* . Obtenido de <https://www.iso.org/search.html?q=descubriendo>
- Roitstein, F. (2004). La responsabilidad social empresarial en Argentina: tendencias y oportunidades. *Academia. Revista Latinoamericana de Administracion*(32), 5-28. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71603202>
- Social, I. 2.-R. (s.f.). ISO 26000 visión general del proyecto. 16. Obtenido de <https://docer.com.ar/doc/ev0x0s>
- Standards, G. (s.f.). GRI Standards: Universal, Sector and Topic Standards. 3. Obtenido de <https://www.globalreporting.org/media/wtaf14tw/a-short-introduction-to-the-gri-standards.pdf>
- Suiza, S. C. (01 de Noviembre de 2010). NORMA ISO 26000 - Guía de responsabilidad social. *Secretaría Central de ISO en Ginebra Suiza*. Obtenido de <http://americalatinagenera.org/newsite/index.php/es/centro-de-recursos?title=Norma+Internacional%3A+Gu%C3%ADa+responsabilidad+social&search=enviado&keyword=&autor=&pais=&anio=&open=cri2519>
- Volpentesta, J. (Julio-Diciembre de 2016). Confluencia de Teorías en torno a la responsabilidad Social Empresaria (RSE). *Ciencias Administrativas Año 4, 0(8)*, 0. Obtenido de <https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/view/2499>
- Volpentesta, J. R. (julio-diciembre de 2016). TENDENCIA Y PERSPECTIVA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 20(2), 193-215. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357947335006>
- Volpentesta, J., Chahín, T., Alcaín, M., Nievas, G., & Spinelli, H. (enero-junio de 2014). Identificación del impacto de la gestión de los stakeholders en las estructuras de las empresas que desarrollan estrategias de responsabilidad social empresarial. *Revista Universidad y Empresa*, 16(26), 65-94. doi:<https://doi.org/10.12804/rev.univ.empresa.26.2014.02>

## Anexos

### *Anexo I: Consentimiento Informado*

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 II: Cuestionario*

**Sobre Responsabilidad Social Empresaria (RSE): \***

*Marca solo un óvalo.*

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

Perfil de  
Políticas  
de RSE

Considerando que la RSE es el compromiso que toma la empresa con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la sociedad teniendo en cuenta los aspectos económicos, sociales y medioambientales.

¿Realiza acciones de RSE? \*

Marca solo un óvalo.

- Sí, registra e informa las acciones
- Sí, no registra las acciones de la empresa
- No realiza acciones de RSE

Si la respuesta anterior fue «Sí», ¿Cuál fue la principal razón por la que decidieron seguir prácticas de RSE?

Marca solo un óvalo por fila.

	Sí	No
Ventaja competitiva y diferenciación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obligación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preferencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Con qué grupo de interés de su empresa cree que desarrolla más actividades de Responsabilidad Social Empresaria? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Sí	No
Trabajadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Clientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Proveedores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gobierno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otras empresas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Cree que es importante implementar prácticas de RSE? Indique el grado de importancia en una escala de 1 a 5. \*

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
No es importante	<input type="radio"/>	Imprescindible				

¿Cuál área crees que la empresa le otorga mayor importancia?

Marca solo un óvalo.

- Área Económica/Financiera
- Área Operativa
- Área Sustentable

Sobre el medio ambiente: \*

*Marca solo un óvalo.*

- Dificilmente pienso sobre eso
- Me preocupo por ello, pero no he realizado nada al respecto
- Procuro respetar el medio ambiente e incentivo a otros a realizar lo mismo, con soluciones prácticas

¿Sabe lo que son las normas ISO-26000?

*Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No

¿Su empresa cuenta con alguna certificación de sustentabilidad?

*Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No

¿Cree que en un futuro la empresa podrá ser más sustentable?

*Marca solo un óvalo.*

- Sí
- Tal vez
- No

¿De qué manera?

---

---