

"Desarrollo y tendencia de la responsabilidad social empresarial en las micro y pequeñas empresas"

Autor: Salustiano Mutti¹

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es la contribución activa y voluntaria de las empresas al mejoramiento social, económico y ambiental de la comunidad. La investigación presenta el desarrollo y la tendencia de estas contribuciones en las empresas encarnacenas. Se propuso un estudio de nivel exploratorio con enfoque predominantemente cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. Participaron 115 empresas. La recolección de datos se realizó en el último trimestre del año 2012.

La investigación concluye que las empresas participantes tienen una diversidad de prácticas basadas en políticas ya existentes, sin embargo las prácticas más avanzadas e innovadoras de RSE no se conocen y consecuentemente no se han desarrollado.

Palabras claves: transparencia, solidaridad, voluntariado, generosidad y compasión.

Summary

The Corporate Social Responsibility (CSR) is a voluntary form of business that ensures a positive impact in the company's actions toward the environment, consumers and communities. This research objective was to find out more about the advance and the current trends of the CSR in Encarnación's participants companies. The study proposed an exploratory level focused into the quantitative side, with a non-experimental design and cross section survey had 115 businesses participants. Data collection took place in the last quarter of 2012.

The main conclusion of the research is that although employers assume the strategic importance of CSR, there are weaknesses in the creation of specific actions. Participants develop a variety of practices based on existing policies. However, the most advanced and innovative practices of CSR are not known and therefore not developed.

Keywords: transparency, solidarity, volunteerism, generosity and compassion.

¹Profesor Investigador de la Universidad Nacional de Itapúa, Paraguay
mail: smutti@modiga.com.py
Recibido: 07/10/13 Aceptado: 11/11/13

Las micro y pequeñas empresas encarnacenas: ¿son o solo parecen socialmente responsables?

Los encarnacenos nos encontramos presenciando un momento único para nuestra ciudad, pues necesitamos construir una sociedad de oportunidades y bienestar, pero que al mismo tiempo sea competitiva, productiva, eficiente y honrada. Que sus habitantes actúen con vocación en su quehacer, para lo cual debe impulsarse un cambio de actitud hacia la transparencia, solidaridad,

voluntariado, generosidad y compasión. En este sentir, una investigación sobre la Responsabilidad Social Empresarial se hizo necesaria y pertinente.



El problema y la gran interrogante

Tradicionalmente a la competitividad de las empresas se la visualizaba por medio de dos factores: precio y calidad. Actualmente el mercado está incorporando un nuevo factor: la calidad en las relaciones. Esta se refiere al diálogo que la empresa debe tener con aquellos que participan en los aspectos cotidianos del negocio, es decir, empleados, proveedores, clientes, consumidores, autoridades políticas y vecinos de la comunidad.

Una segunda cuestión se vincula a que tradicionalmente los esfuerzos de impulso que realizan los organismos internacionales que promueven la RSE se han enfocado en las medianas y grandes empresas, mientras que las micro y pequeñas han sido menos atendidas en los rankings y premios nacionales e internacionales.

La tercera consideración visualiza que los empresarios han confundido históricamente la RSE con la filantropía. Lo enunciado nos confronta con la principal interrogante de investigación:

¿Cuál es el desarrollo y la tendencia de la RSE en las micro y pequeñas empresas encarnadas, son o solo parecen socialmente responsables?

Para responder este cuestionamiento la investigación se propuso "Evidenciar la integración de valores y prácticas de RSE en las empresas participantes, por medio de la opinión de sus propietarios, directivos, gerentes y administradores, para verificar el compromiso empresarial con sus grupos de interés".

Revisión de la literatura

Teorías Generales

Las teorías y corrientes contemporáneas de pensamiento económico y social que han servido de marco teórico para el presente estudio de RSE, son las siguientes:

La Economía del Bien Común, es también el título del libro que el economista Christian Felber publicó en el año 2012. Su teoría propone que las empresas no deberían esforzarse por competir entre ellas para obtener mayor beneficio económico, sino cooperar para conseguir el bien común para la sociedad en su conjunto. Presentó una serie de principios básicos

que representan valores humanos: confianza, honestidad, responsabilidad, cooperación, solidaridad, generosidad y compasión, entre otros, para redefinir el éxito económico, tanto al medir el producto interno bruto (macroeconomía) como el éxito financiero de la empresa (microeconomía).

El Informe Brundtland (1987), fruto de los trabajos de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas coordinado por la Dra. Harlem Brundtland. Reconoce que el actual avance económico y social se está llevando a cabo a un costo medioambiental alto. Enfrenta y contrasta la postura tradicional del desarrollo económico con el de sostenibilidad ambiental.

El Triple Resultado, formulado por John Elkington en 1994, cuyo pensamiento se basó en buscar un equilibrio en la misión de la empresa en cuanto al desarrollo económico, la justicia social y la calidad medioambiental. Propuso que una empresa con buen desempeño tendría que maximizar su beneficio económico y ambiental, así como minimizar o eliminar sus externalidades negativas, haciendo foco en la responsabilidad empresarial ante los grupos de interés y no sólo frente a sus accionistas.

La RSE en Paraguay

El desarrollo y la tendencia de la RSE en Paraguay no es distinta a la situación de otros países de América Latina (Pappalardo, 2012), y se caracteriza porque sus principales impulsores son los organismos internacionales; las empresas de menor tamaño han tenido un rol más rezagado y las organizaciones valoran más las leyes impositivas y laborales que el Medio Ambiente y la Comunidad.

El IV Congreso Internacional de RSE desarrollado en octubre del 2012 en nuestro país, organizado por la Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC), debatió sobre cómo el mundo de los negocios está cambiando en cuanto a nuevas demandas de la sociedad, el incremento de las exigencias de los grupos de interés, las necesidades de transparencia y responsabilidad, la presión competitiva y la nueva dimensión de valor que ha tomado el capital humano, son algunos de los desafíos que emergen con vigor en el nuevo escenario de los negocios.

Uno de sus disertantes, Paulo Itacarambí, Director Ejecutivo del Instituto Ethos de Brasil, puso énfasis en que el desafío debe ser combinar el interés privado y el interés público en un nuevo modelo de negocios.

Dentro de este contexto, las empresas encarnacenas no manifiestan todavía un compromiso profundo con la sociedad y contemplan las necesidades sociales para desarrollar acciones de RSE, solo como un instrumento de marketing empresarial (Monges, 2009).

Dimensiones y variables del estudio

La investigación se enfoca en tres dimensiones: económica, social y ambiental. Éstas a su vez se desdoblaron en quince variables propuestas por el Instituto ETHOS de Brasil, extraídas de su Guía 2012 para Micro y Pequeñas Empresas.

Método y Materiales

El estudio propone un nivel y alcance exploratorio con enfoque cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. El instrumento de recolección primaria de datos fue una encuesta, la cual se diseñó con cuatro tipos de preguntas: clave, binarias, cuantitativas y cualitativas. Las encuestas se realizaron en el mes de noviembre del año 2012 y el ámbito geográfico correspondió a la ciudad de Encarnación, Paraguay.

Para escoger a los participantes se adoptaron las definiciones establecidas por el Servicio Brasileiro de apoyo a las micro y pequeñas empresas (SEBRAE), que clasifica el tamaño de acuerdo al número de personas ocupadas que la organización mantiene en forma permanente, según el siguiente detalle:

MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
En el comercio y servicios hasta 9 personas.	En el comercio y servicios, desde 10 hasta 49 personas.

La muestra la conformaron 115 empresas del sector comercio, industria y servicios, que reunieron las mencionadas características.

El análisis de los resultados siguió las orientaciones

del manual para el Desarrollo de la Responsabilidad Social (DERES) del Uruguay, el cual sugiere darle puntos a cada respuesta, siguiendo la siguiente valoración: "SI" equivale a tres puntos, "En gran parte" a dos puntos, "En parte" a un punto y a "NO" le corresponde cero puntos. No se tuvieron en cuenta las respuestas "No Aplicable". Los puntos obtenidos se trasladaron a los distintos ejes de un polígono y la figura resultante de unir los puntos marcados, ilustró la situación global para cada dimensión y sus respectivas variables. Cuanto más se acercó la figura obtenida (marcada con líneas azules) al polígono (marcado con líneas rojas) indica un mayor desarrollo. Las figuras geométricas se realizaron con el auxilio de la planilla electrónica Excel.

Las encuestas fueron respondidas exclusivamente por el nivel estratégico de la empresa, es decir: propietarios, directores, gerentes y administradores. No se incluyeron las opiniones de empleados del nivel táctico y operativo. Tampoco de clientes, proveedores y público en general. No se hizo recolección longitudinal de datos. No se incluyeron veintiún indicadores recomendados en la Guía ETHOS/SEBRAE 2012 porque en la aplicación del instrumento piloto su tratamiento producía incomodidad, desconfianza e inhibición de los encuestados.

Los principales resultados

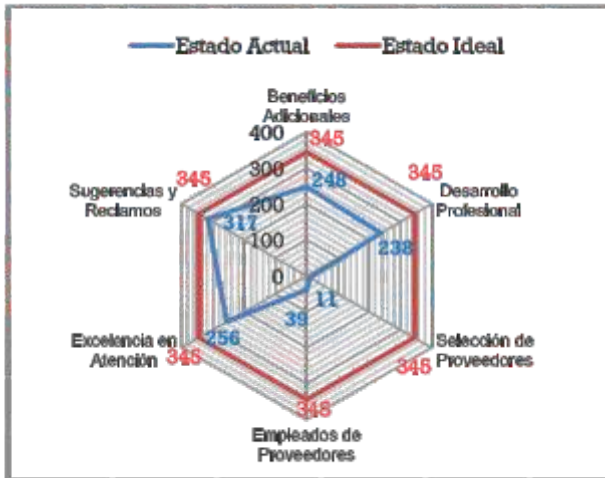
Para la DIMENSIÓN ECONÓMICA se verificó una realización total del 53,6% y sus seis variables pueden verse en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 1 Variables Económicas

Variables Económicas	Estado		Porcentaje	
	Actual	Ideal	Realizado	A realizar
Beneficios Adicionales	248	345	71.9%	-28.1%
Desarrollo Profesional	238	345	69.0%	-31.0%
Selección de Proveedores	11	345	3.2%	-96.8%
Empleados de Proveedores	39	345	11.3%	-88.7%
Excelencia en la atención	256	345	74.2%	-25.8%
Sugerencias v Reclamos	317	345	91.9%	-8.1%
Total	1.109	2.070	53,6%	-46,4%

Fuente de elaboración propia

Gráfico N° 1 Radar de la dimensión Económica:



Fuente de elaboración propia

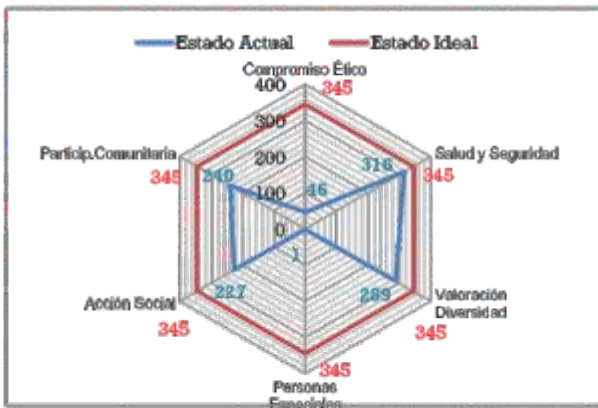
En cuanto a la DIMENSIÓN SOCIAL la investigación arrojó el resultado de un desarrollo del 54,1%. El cuadro de abajo detalla cada una de sus seis variables:

Cuadro N° 2 Variables Sociales

Variables Sociales	Estado		Porcentaje	
	Actual	Ideal	Realizado	A realizar
Compromiso Ético	46	345	13,3%	-86,7%
Salud y Seguridad	316	345	91,6%	-8,4%
Valoración Diversidad	289	345	83,8%	-16,2%
Personas Especiales	1	345	0,3%	-99,7%
Acción Social	227	345	65,8%	-34,2%
Participación Comunitaria	240	345	69,6%	-30,4%
Total	1.119	2.070	54,1%	-45,9%

Fuente de elaboración propia

Gráfico N° 2 Radar de la dimensión Social:



Fuente de elaboración propia

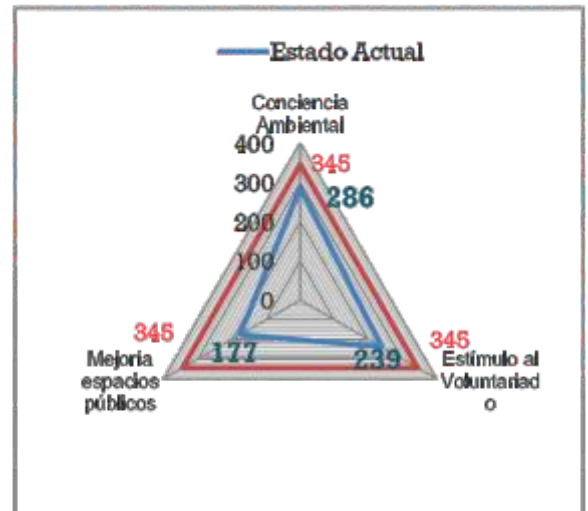
Por último, la DIMENSIÓN AMBIENTAL verificó una realización del 67,8%. Sus tres variables tuvieron el desarrollo enunciado en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 3 Variables Ambientales

Variables Ambientales	Estado		Porcentaje	
	Actual	Ideal	Realizado	A realizar
Conciencia Ambiental	286	345	82,9%	-17,1%
Estímulo al Voluntariado	239	345	69,3%	-30,7%
Mejoria espacios públicos	177	345	51,3%	-48,7%
Total	702	1.035	67,8%	-32,2%

Fuente de elaboración propia

Gráfico N° 3 Radar de la dimensión Ambiental:



Fuente de elaboración propia

Discusión

Se plantean para el debate: ¿Por qué los valores del sistema económico deben ser antagónicos a los valores humanos? ¿Puede el egoísmo generar el bien común?

Conclusión

Aunque los empresarios asumen la importancia estratégica de la RSE, se aprecia debilidad en la creación de acciones específicas. Se han desarrollado una diversidad de acciones basadas en políticas ya existentes en la empresa, sin embargo las prácticas más avanzadas e innovadoras no se conocen. En la mayoría de los casos las acciones de RSE son respuestas a necesidades planteadas por grupos de interés.

Para la dimensión Económica

Lo que caracteriza a las empresas es el cumplimiento mínimo de la ley laboral y la existencia de escasos beneficios adicionales para los empleados. Existe un bajo índice de acciones asociadas a promover el desarrollo profesional de los estudiantes. Pocas veces los empresarios contribuyen al costo de los estudios y casi ningún estudiante cobra mejor salarios que el resto. Se comprobó que es irrelevante para las empresas a la hora de escoger a sus proveedores que los mismos tengan un compromiso con la RSE.

Para la dimensión Social

Aunque la formulación de la Misión es valorada, pocos la tienen redactada. Existe una percepción de alto cumplimiento en cuanto al ambiente físico agradable y seguro que las empresas ofrecen a sus empleados. Se observó preocupación por los cuidados de higiene y salud, sin embargo pocas empresas tienen programas de prevención de accidentes y enfermedades. No se verificaron políticas sobre adicciones como el tabaquismo y el alcoholismo. No existe apoyo para que los empleados que las sufren puedan superarlas.

No se discrimina entre hombres y mujeres, sin embargo no existen prácticas orientadas a promover la participación de las mujeres dentro de las empresas. La inclusión de grupos sociales marginados aparece como una gran debilidad. El empleo de personas con antecedentes penales, con capacidades especiales y adultos mayores es muy bajo o inexistente. Finalmente hay un importante déficit en la articulación con organizaciones de la sociedad civil y el gobierno y consecuentemente la construcción de capital social es débil.

Para la dimensión Ambiental

Aunque hay interés en los temas de protección al medio ambiente, no se han desarrollado políticas de compromiso. Tampoco se evalúan los impactos. Es también muy débil el voluntariado corporativo, a pesar que se percibe que es un área de gran valoración por parte de los empresarios.

Recomendaciones

Una relación de confianza entre la sociedad y el mundo empresarial es un reto a largo plazo y se construye lentamente. Para cultivarla la RSE se

presenta como una oportunidad única. Surge entonces la imperiosa necesidad de reflexionar profundamente y plantearse seriamente la tarea de: desarrollar una visión más holística de la RSE; promocionarla en las universidades y mediar para que la prensa tenga un rol más protagónico en la difusión de las mejores prácticas en las empresas paraguayas.

Referencias Bibliográficas

- Asociación de empresarios cristianos (2010). Indicadores de Responsabilidad Social. Guía de Autoaplicación. Versión 1.0. Imprenta AGR. Asunción, Paraguay.
- Cajiga Calderón, Juan Felipe (2010). El concepto de responsabilidad social empresarial. Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi). México.
- Instituto ETHOS, (2012). Indicadores ETHOS-SEBRAE de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas. Documento en línea en la web <http://www3.ethos.org.br/conteudo/iniciativas/indicadores/indicadores-ethos-de-2a-geracao/indicadores-para-micro-e-pequenas-empresas/>
- Monges de Ynsfran, Nelly Violeta (2009). Responsabilidad Social Empresarial, como capacidad de respuesta de las empresas del Micro Centro encarnaceno. Tesis para optar por el grado de Magíster en Administración. Universidad Nacional de Itapúa. Encarnación, Paraguay.
- Pappalardo, César; V. Burt y J.C. Descalzo (2012). Situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en Paraguay. JICA. Asunción.