

La responsabilidad social empresarial en las empresas santanecas

Carlos Edmundo Sayes

Máster en Asesoría Educativa

Docente investigador, Facultad de Ciencias Empresariales

Universidad Católica de El Salvador, El Salvador

carlos.sayes@catolica.edu.sv

Fecha de recepción: 15-10-2015 / Fecha de aceptación: 08-11-2015

Resumen

Este artículo proviene de la investigación realizada en el departamento de Santa Ana, sobre el comportamiento de los empresarios en el ejercicio de financiar a la comunidad por medio de donativos, tanto monetarios como en especies, pudiendo ser: materiales de construcción, pinturas, herramientas y equipos. Esto con el fin de colaborar en la limpieza de calles, instituciones, parques o lugares iconos de la sociedad; además, de ayudar a la preservación del medioambiente, entre otros. Todas estas acciones se consideran responsabilidad social empresarial, también conocida como RSE.

RSE es un término que se ha vuelto tendencia, debido a la satisfacción generada tanto en los patronos como en la sociedad. Igualmente, muchas instituciones han comenzado a retomarlo como consecuencia a exigencias de los grupos de interés de las empresas, tales como consumidores, proveedores, comunidad, ONG'S, inversionistas, etc.; por citar algunos.

Algunas veces la responsabilidad social empresarial forma parte de una actividad estratégica adicional en la competencia comercial, especialmente en las grandes empresas; las cuales tratan de aprovechar las expectativas que ella genera para obtener ventajas competitivas que, a la postre, llevaría al logro de superávit a las organizaciones que la practican. En este documento se muestran algunas definiciones del tema; se describen los principales hallazgos encontrados, y la respectiva discusión - generada por la investigación - a manera de conclusión.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, empresa, ayuda, colaboración, medioambiente

Abstract

This article comes from the research created in the City of Santa Ana, about the behavior of entrepreneurs in the practice of financing the community through donations, either monetary or in species, which might be: construction material, paint, tools, and equipment. This is created with the aim of contributing with the cleaning of streets, institutions, parks, or iconic places of the society as well as helping the preservation of the environment and others. All these actions are considered corporate social responsibility, also known as CSR.

CSR is a term that has become a tendency due to the satisfaction produced in both in the employers and in the society. Similarly, many institutions have begun to retake it as consequences of the requirements of stakeholders of companies, such as: consumers, providers, community, NGOs, investors, etc.; just to mention some.

Sometimes the corporate social responsibility takes part of an additional strategic activity in the commercial competition, specifically in the big companies, which try to take advantage of the expectations that they come up in order to obtain competitive advantages that, in a future, would lead to the achievement of surplus to the organizations that practice them.

In this work, there are displayed some definitions of the topic; there are described the main findings, and the respective discussion – generated for the investigation – in means of a conclusion.

Key words: corporate social responsibility, company, help, collaboration, environment

1. Introducción

La responsabilidad social empresarial¹ es un tópico cultural, surgido en las empresas de los países desarrollados, con el fin de posicionarse en la mente del público meta, siendo una práctica muy común en el ambiente de los negocios, tanto a nivel nacional como internacional. Esto implica entonces, ejecutar muchas acciones de ayuda a la comunidad donde se localizan dichas empresas. Dichas colaboraciones se hacen con el fin de penetrar en el mercado, con sus marcas, productos o servicios; pero son hechas realmente, con el propósito oculto, de generar lucro. No obstante, en otros casos, si se realiza para la satisfacción de servir al prójimo, mediante: altruismo, asistencialismo, becas, fomento a la preservación del medio ecológico, entre otros (Somoza, 2012). Sea cual sea el caso de hacer actividades orientadas a la responsabilidad social, es muy conveniente saber qué se está haciendo, y cómo es que en las empresas santanecas, la llevan a cabo.

La problemática se cuestiona con el resultado obtenido en la práctica de la RSE en cuanto a si ¿la poca o nula responsabilidad social dentro de las empresas causa algún efecto con los empleados, comunidad o el medio ambiente?

Entre los objetivos perseguidos con la investigación se pretende establecer: el por qué muchas empresas no practican la RSE, las actividades que se ejecutan para cumplir con esta tarea, o para qué sirve poner en marcha planes de RSE, hacia quienes se orienta más el servi-

cio, programación y presupuesto, y forma de divulgación de la RSE en la institución.

A partir de esto se plantean las siguientes preguntas de investigación: ¿En esta empresa ponen en práctica la responsabilidad social?; ¿Por qué no práctica en su empresa la responsabilidad social?; ¿Qué actividades realizan en la empresa que usted considera se ejecutan como responsabilidad social?; ¿Para usted la responsabilidad social en la empresa sirve para...?; ¿El tipo de responsabilidad social se practica en esta empresa, se orienta más a...?; ¿Cuáles fueron los motivos que lo impulsaron a practicar la responsabilidad social en su institución?; ¿Las actividades de responsabilidad social que se ejecutan en la empresa son...?; ¿El presupuesto anual, destinado por la empresa para la responsabilidad social, asciende a...?; ¿Desde cuándo se hace la responsabilidad social en su empresa?; ¿Cómo divulga a la comunidad las prácticas de responsabilidad social?; ¿Cómo cree que le impacta a sus clientes el saber que la empresa realiza actividades de responsabilidad social?; Marque el tópico de la responsabilidad social que para usted es el más importante.

Existen muchas definiciones de RSE, por ejemplo por citar la de European Green Paper (2001) «Responsabilidad social corporativa es esencialmente un concepto por el que las compañías deciden voluntariamente contribuir a una mejor sociedad y a un ambiente más limpio».

La *European Commission*, en el año 2011, presentó una nueva definición más simple de la

1. Este concepto también será abordado por el autor por las siglas RSE.

RSE como «la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad». También afirma que «algunas medidas normativas pueden crear un ambiente más propicio para las empresas cumplan voluntariamente».

En tanto, a nivel nacional se cuenta con FUNDEMAS (s.f.), que define la RSE como la

Forma de hacer negocios competitivos, permitiéndole a las empresas incorporar políticas y prácticas en beneficio de los accionistas, los colaboradores, la comunidad, el medio ambiente y su cadena de valor, a través de la adopción de medidas alineadas a su estrategia de negocios, contribuyendo así al desarrollo sostenible

Como puede evidenciarse, las definiciones anteriores resaltan un: cuidado del medio ambiente como factor relevante; compromiso de las instituciones a generar un valor a la comunidad; voluntad de ejercer la RSE y no regulada por ley; y un comportamiento ético en las prácticas del negocio.

2. Metodología

La metodología de la investigación fue del tipo descriptivo, ya que fue en relación a indagar y describir las causas, beneficios, inversión e impacto que tienen las empresas que realizan la responsabilidad social empresarial.

La recopilación de datos se llevó a cabo a través de investigación de campo con encuestas a 179 gerentes o líderes de las empresas santanecas, cuestionándoles sobre la aplicación en la comunidad, de la RSE. Se aclara que, original-

mente, este estudio estaba programado con 100 gerentes, superándose el número de encuestas

Para la elección de las instituciones visitadas, esta se hizo mediante un barrido de los sectores comerciales, con el fin de facilitar la investigación; es decir, por conveniencia del investigador, ya que no se usó ningún criterio estadístico.

El cuestionario abordó las preguntas sobre la puesta en práctica de la responsabilidad social empresarial, razones por las que algunas empresas no practican RSE, qué actividades se realizan en la empresa consideradas como responsabilidad social, beneficios obtenidos con dichas prácticas; la orientación que la empresa le da al tema, los motivos que lo impulsaron a ejecutarla; si los gastos están programados en el presupuesto anual de las empresas, cuantía de la ayuda que la empresa da, el tiempo de estarse llevando a cabo esta práctica en la institución, como se difunde o publica la colaboración, qué impacto perciben los clientes y finalmente la importancia que las instituciones le da al tema abordado.

3. Resultados

A continuación se describen los principales hallazgos encontrados con la investigación, para ello se apoyará a manera de ilustración de las gráficas de pastel para lograr una mejor comprensión.

En cuanto a la actividad económica de las organizaciones donde se desarrolló la investigación se tiene un 55% de las empresas visitadas, corresponde al sector comercial, seguida por un 36% de servicios y un 9% pertenece al medio industrial.

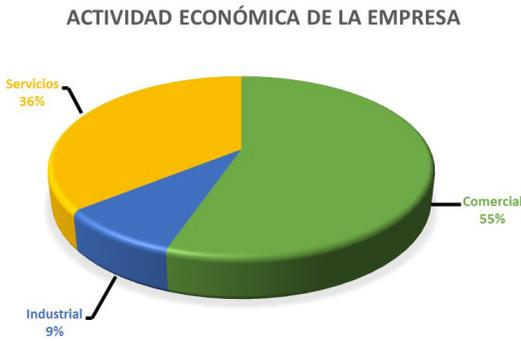


Figura 1. Tipo de empresa.

Se detectó que la mayoría de empresas visitadas se pone en práctica la responsabilidad Social empresarial (139 negocios) - o por lo menos hacen actividades que se consideran dentro de la temática abordada, pretendiendo con ello colaborar con la comunidad a la que pertenece - solo un 22% de los establecimientos visitados manifestaron que no realizan acciones encaminadas a la responsabilidad social empresarial. Con ello se demuestra una creciente tendencia a realizar operaciones colaborativas hacia la comunidad o sectores relacionados con la empresa.



Figura 2. Puesta en práctica de la responsabilidad social empresarial.

Se pudo constatar que un 82% de las 40 empresas que manifestaron no realizar tareas encaminadas a la responsabilidad social empresarial, es debido: en primer lugar, a no poseer presupuesto para ello; en tanto que un 15% de los encuestados expresa que por no ser obligación legal u ordenanza gubernamental o municipal no las realizan. Otros argumentan que no tienen interés en el tema.

Finalmente, una minoría de los gerentes abordados piensa que con este tipo de acciones más que brindar ayuda, lo que se logra es fomentar una cultura de asistencialismo en las personas favorecidas, y muy probablemente se vuelva una costumbre de solicitar ayudas; es decir, para los beneficiarios se volverá muy fácil obtener dinero o los bienes, sin hacer méritos para ganárselos y por ende no se colabora con las personas para prepararlas para la vida dignamente.



Figura 3. Razones por las que en algunas empresas no se practica la RSE.

En el gráfico se muestran cuáles fueron los tópicos señalados por los empresarios como actividades relacionadas con la responsabilidad social empresarial. Se presentan porcentajes muy similares como: ofrecer ayuda monetaria a las instituciones o personas. Otro elemento es el mejoramiento y protección de la ecología, en tanto, algunos lo que hacen es ofrecer empleos a las personas con “discapacidad”.

Llama la atención que en algunos negocios, manifiestan que los patrocinios a entidades deportivas son vistos como responsabilidad social; en otros casos un 10.8% hace campañas de limpieza; una minoría otorga becas escolares, hace campañas de salud y da ayuda alimenticia a hogares de beneficencia.

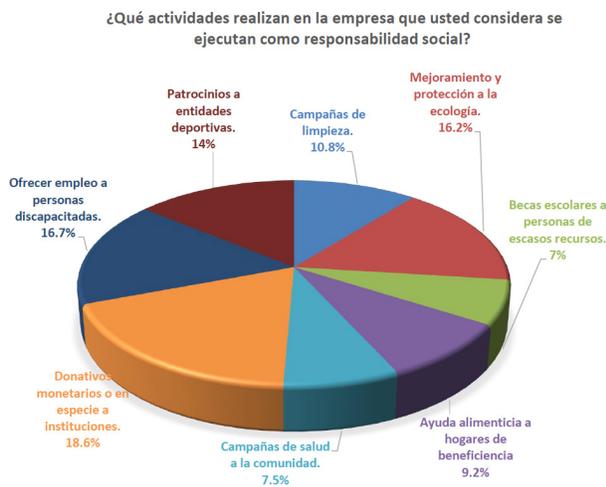


Figura 4. Gráfico sobre las actividades concernientes a la RSE

Al cuestionar a los personeros objeto de estudio, se pudo establecer que la práctica de la RSE sirve para muchas cosas, tales como ayu-

dar a la comunidad donde se ubica la empresa, como la actividad más sobresaliente; en un segundo plano se encontró como beneficio el mejoramiento de la imagen institucional de la empresa; otro elemento es para brindar calidad de vida laboral a sus colaboradores, finalizando que se coadyuva a preservar el medioambiente y el ecosistema donde se vive qué era lo que se pensaba resaltar en la investigación como una práctica de responsabilidad muy común a nivel mundial.

De las instituciones que practican la RSE, un 36% la hacen dirigidas a la sociedad, especialmente a la que pertenecen. Un aproximado de 28% ejecuta su ayuda a los trabajadores de las mismas, prefiriendo invertir en ellos para obtener un bienestar directo, tanto para la empresa como para los empleados; en tercer lugar, se detectó que las actividades de colaboración son orientadas a favorecer el medioambiente por ser un tema importante para la vida del planeta.



Figura 5. Beneficios de la puesta en marcha de la RSE.



Figura 6. Orientación de la responsabilidad social empresarial.

Al cuestionar sobre los motivos que impulsan a las empresas poner en práctica la responsabilidad social, se refuerza que es para ayudar a la sociedad a donde pertenecen; un 25% manifestó que lo hace para sentirse bien cuando ayudan a los demás, con ello se retribuye la satisfacción del empresario en saberse colaborador. Asimismo, se tiene en tercer lugar el caso de que las personas prefieren ayudar a sus empleados, tal y como se expuso anteriormente.

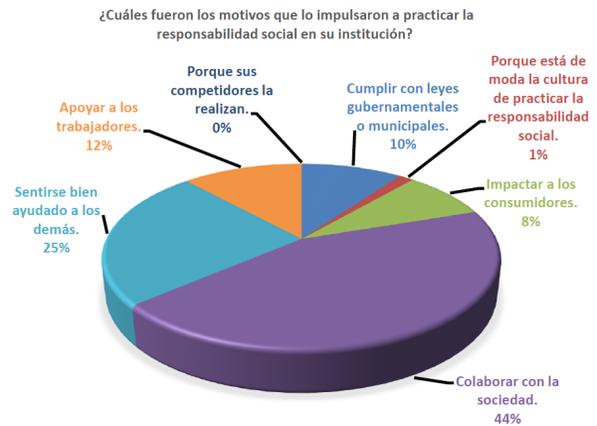


Figura 7. Gráfico sobre motivos para practicar la responsabilidad social.

La mayoría de los empleados de los establecimientos comerciales manifestaron que las actividades están programadas en el plan ope-

rativo anual, y por lo tanto, proyectadas para ejecutarse, ya que prefieren no improvisar en este tipo de ayudas; y así poder tener un control de las finanzas empresariales. Sin embargo, un 36% declaró que colabora a los demás cuando se le presentan las solicitudes de asistencia.



Figura 8. Programación de las actividades de RSE.

Las cifras presupuestarias programadas para la ejecución de la responsabilidad social empresarial, determinó que ascienden a menos de \$1 000 anuales, evidenciándose que son pequeñas ayudas a los diferentes actores que demandan la asistencia; en segundo plano se presenta un 31% que presupuesta entre \$1000 y \$5 000; solo un 19% de ellas programa más de \$10 000 al año.

Entonces, si se suma el porcentaje de las empresas que gastan más de \$1 000, se llega a un 62%; lo que resulta muy importante para la vida de las empresas, trabajadores y sociedad en general, que es hacia dónde se dirige la colaboración.

¿EL PRESUPUESTO ANUAL, DESTINADO POR LA EMPRESA PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL ASCIENDE?



Figura 9. Presupuesto anual para la RSE.

La consulta sobre el tiempo que tienen las empresas que ponen en marcha la responsabilidad social: se tiene un 61% de las empresas que lo hace desde hace más de cinco años, demostrando que es producto de la tendencia empresarial, orientada a la mercadotecnia producida en la actualidad de realizar estas ayudas como forma de hacer publicidad para las empresas; solo un 7% lo hace desde hace menos de un año.

¿DESDE CUÁNDO SE HACE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN SU EMPRESA?



Figura 10. Tiempo de practicar la RSE

Entre las formas que las empresas investigadas tienen para difundir su ayuda a la sociedad, trabajadores o al medio ambiente, el 31.6% prefiere no divulgarla; y entre las que si lo hacen se presenta que el 24.6% lo ejecuta por medio de carteleras dentro de la instalaciones de la empresa, es decir, que se hace de una manera muy discreta, ya que no se publica hacia afuera de la misma. Un 23.7% si lo hace por los medios de comunicación masivos, pero no se pudo constatar que medios lo hacen, si es en radio, prensa o televisión.

¿CÓMO DIVULGA A LA COMUNIDAD LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL?



Figura 11. Divulgación de las actividades sobre RSE.

Con relación al impacto que se provoca con las acciones de responsabilidad social, se tiene nuevamente que los encuestados creen que la ayuda indirecta a la sociedad es la principal variable encontrada. En segundo lugar, se piensa que sirve para concientizar al grupo familiar para ayudar al prójimo, y una tercera posición

es para los que dicen que se logra la fidelidad en los clientes en cuanto a las compras.

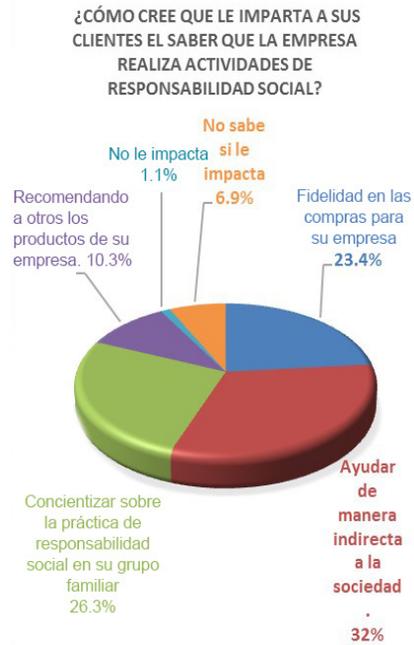


Figura 12. Impacto de las actividades de RSE.

Muchas de las personas cuestionadas manifiestan que la importancia de practicar la responsabilidad social empresarial, es debido al compromiso con la comunidad; en segundo plano, se presenta que es para colaborar con el medioambiente y por ética empresarial con un 20% en cada caso; en tanto, un 19% es a consecuencia de mejorar la calidad de vida laboral. Todo lo anterior se resume en mitigar o prevenir los problemas ambientales, contaminación de los recursos acuíferos, tratamiento de residuos, así como ayuda en fondos de becas escolares.



Figura 13. Importancia de la responsabilidad social empresarial.

4. Discusión

Luego de analizar los hallazgos se puede verificar que, en los últimos años se está volviendo una tendencia a practicar la responsabilidad social, ya que muchas instituciones la consideran en sus planes operativos, cuyas acciones van encaminadas a colaborar con la comunidad o sociedad donde pertenecen las empresas.

En las organizaciones se están ejecutando acciones de responsabilidad social empresarial, que van desde tratar de erradicar la contaminación ambiental: regalando recipientes para la recolección de la basura, reciclaje de materiales; hasta ayudar a los empleados y personas aledañas de los negocios: favoreciéndolos con becas escolares; buscando con ello fomentar un aprendizaje, nuevos conocimientos, fortalecer las habilidades de los individuos; que luego se

espera se traduzca en mejora para esa comunidad a la que pertenecen, al tener talento humano con mayores competencias.

Los esfuerzos económicos encontrados arrojan que son muchas las empresas que invierten menos de \$1 000 al año en la ayuda considerada como responsabilidad social; es decir, que no es suficiente para lo que el medioambiente requiere para no deteriorarse por los malos hábitos de la población. Poco a poco se va fomentando la RSE en las instituciones, ya que se constató que éstas llevan más de cinco años fomentando ayuda a la comunidad, pero aun así falta más apoyo.

En cuanto a rendir cuentas o informar a la sociedad sobre la colaboración prestada como RSE es baja, ya que la ayuda solo se refleja en las memorias de labores de la empresa, pero no es considerable. La divulgación más frecuente es por medio de carteleras de información dentro de las instalaciones de la empresa.

Vale la pena resaltar que hace falta que los encargados de la comunicación empresarial o mercadólogos, incluyan dentro de sus planes la divulgación de todas las actividades sobre este tópico, lo que se puede hacer por medio del balance social, ya que una tercera parte de la población estudiada no hace ninguna publicación de las actividades de esta naturaleza.

5. Referencias

Aguilar, J. (2008). Aproximación y Cuestionamientos al Concepto Responsabilidad Social Empresarial. Nueva Granada. Universidad Militar Nueva Granada

Baltera, P. y otros. (2005). Responsabilidad Social Empresarial. Alcances y Potencialidades en Materia Laboral. Cuaderno de Investigación No 25. Gobierno de Chile. Dirección del Trabajo Departamento de Estudios

Benedicte, B. (2005). Responsabilidad Social de las Empresas: ¿Una solución para el desarrollo en América Latina? Oslo, Noruega. Universidad de Oslo.

Chicas, F. y otros, (2009). Barómetro de RSE en El Salvador. Una radiografía de la cuestión. Santa Tecla, El Salvador. Talleres de Imprenta y Offset Ricaldone.

European Commission. (2011) Communication from the Commission to the European Parliament, The Council the European Economic and Social Committee and the Committee of the regions.

Koontz, H. y otros (2012). Administración “Una Perspectiva Global y Empresarial”. México. Mc Graw Hill. 14ª edición.

Nieto, A. M. y otro. (2004). Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management. Universia Business Review.

Organización Internacional de Estandarización. (2010). ISO 26000. Responsabilidad Social. Ginebra Suiza. Universidad Católica de Valparaíso.

Prado, A. y otros. (2004), Marco Lógico y Conceptual del Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Costa Rica. Costa Rica. INCAE

Somoza, M. (2012). Guía de Implementación de Responsabilidad Social Empresarial Basada en la Norma ISO 26,000. San Salvador. El Salvador. Universidad de El Salvador.