

INFORME de ENTREVISTAS elaborado para



Febrero del 2006

Indice de Contenidos

| | | |
|------|--|---------|
| I. | Introducción | pág. 4 |
| II. | Muestra | pág. 5 |
| III. | Objetivos de la Investigación | pág. 7 |
| IV. | Análisis de Resultados | pág. 9 |
| 1. | Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo. | |
| 2. | Marketing Responsable. | |
| 3. | Protección del Medio Ambiente. | |
| 4. | Apoyo a la Comunidad. | |
| 5. | Valores y Principios Eticos. | |
| 6. | Ranking de Acciones de RSE. | |
| 7. | Concepto de RSE y exigencia a terceros. | |
| 8. | Agenda de RSE en el sector empresarial. | |
| 9. | Persona designada para desarrollar programas y acciones de RSE | |
| 10. | Propuestas para fomentar la RSE en el medio empresarial. Rol de DERES. | |
| V. | Conclusiones | pág. 47 |
| VI. | ANEXOS: Matrices de Datos | pág. 58 |



Introducción y Metodología de Investigación

Introducción

La presente investigación fue realizada a iniciativa de la **Comisión de Investigación y Desarrollo de DERES** durante el año 2005.

La investigación consistió en la aplicación de entrevistas semi-estructuradas realizadas a una muestra de empresarios integrantes de la organización DERES. Las empresas fueron seleccionadas según criterios de tamaño (mediana y grande) y origen (nacional y multinacional) de las empresas afiliadas a la organización DERES, según un proceso de desarrollo muestral aleatorio estratificado con asignación proporcional.

Se definieron cuatro estratos según el siguiente ordenamiento tipológico empresarial: Grandes, Medianas, Nacionales, Internacionales:

Metodología de Investigación

Introducción

| | Grandes | Medianas |
|------------------------|--|---|
| Internacionales | <ul style="list-style-type: none">✓ >200 empleados✓ Filial de empresa multinacional con Know how empresarial establecido en casa matriz. | <ul style="list-style-type: none">✓ <200 empleados✓ Filial de empresa multinacional con Know how empresarial establecido en casa matriz. |
| Nacionales | <ul style="list-style-type: none">✓ >200 empleados✓ Empresas de capital nacional, con definición de la visión y estrategias empresariales desarrolladas nacionalmente. | <ul style="list-style-type: none">✓ < 200 empleados✓ Empresas de capital nacional, con definición de la visión y estrategias empresariales desarrolladas nacionalmente. |

Metodología de Investigación

Introducción

La selección muestral siguió un proceso de aleatoriedad dentro de cada uno de los estratos establecidos siguiendo a su vez un proceso bietápico respetando un criterio de proporcionalidad en cada uno de los estratos según el rubro al que corresponden las empresas del universo seleccionado.

Previo al lanzamiento de la actividad de campo, se realizó un pre test del instrumento de medición, en tres empresas integrantes de la comisión de investigación con la finalidad de ajustar el cuestionario de la encuesta.

Las entrevistas fueron realizadas por un grupo de entrevistadoras calificadas, con especial capacitación en RSE.

Fueron registradas en cinta magnética para facilitar su posterior análisis.

Objetivos de la Investigación

Objetivos Generales

Los objetivos de la investigación consistieron en indagar el grado de desarrollo de acciones de las empresas entrevistadas en relación a la Responsabilidad Social Empresarial así como el grado de influencia y fomento ejercido por la organización DERES en la instrumentación de dichas medidas.

Objetivos Específicos

Los objetivos específicos propuestos fueron los siguientes:

- Conocer el espectro de acciones instrumentadas por las empresas en relación al mejoramiento de las condiciones de trabajo y empleo.
- Indagar la importancia atribuida a la instrumentación de planes de marketing responsable.

Objetivos de la Investigación

- Indagar las medidas instrumentadas en relación a la protección del medio ambiente y apoyo a la comunidad.
- Investigar las iniciativas empresariales en relación al tema de valores y principios éticos.
- Jerarquizar la importancia asignada a las variables anteriormente mencionadas.
- Conocer las propuestas del público objetivo para fomentar y difundir la Responsabilidad Social en el conjunto del sector empresarial y el papel atribuido a Deres en esta tarea.



Análisis de Resultados

1. Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo



✓ Estructura de las Retribuciones

La mayoría de las empresas entrevistadas declaran poseer un estructura de retribuciones formalizada y claramente sistematizada. Se mencionan franjas o bandas salariales, e incluso descripciones de tareas o perfiles de cargos formalmente estatuidos. Esta formalización es conocida por todos los funcionarios de la empresa, lo que facilita el público conocimiento de las posibilidades de ascenso o desarrollo profesional de la carrera dentro de la misma.

Las retribuciones pueden ser fijas o fijas y variables (participación en utilidades de la empresa, primas por productividad, etc.).

Salvo un escaso número de entrevistados declaran no haber trabajado en los últimos años en este ítem, percibiéndose como una falla importante que debe ser enmendada a la brevedad. Incluso se declara la intencionalidad de contratar expertos en el tema para la actualización de la estructura salarial, de modo de confeccionar un sistema justo y racional.

La certificación de varias empresas en sistemas de calidad ha obligado también a encarar este tema con seriedad.

1. Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo



✓ Transparencia de la Información

En referencia a la transparencia de la información se establece que la comunicación interna dentro de las empresas busca la máxima transparencia y fluidez posible, para lo cual se instrumentaron algunas medidas comunes a todas ellas:

- Intranet
- Boletines o Revistas
- Carteleras
- Reuniones formales e informales de intercambio de información

Intranet es el medio privilegiado por excelencia ya que permite una comunicación personalizada con cada empleado y un acceso amplio y rápido de la información.

La información no es problematizada en relación a **qué** comunicar sino que se enfatiza básicamente los **cómo** se comunican. Es así que los contenidos de la comunicación quedan subsumidos en el discurso de la forma (internet, boletines, carteleras, etc.) y el tema de la comunicación no se aborda así en la profundidad que sería conveniente y necesaria.

1. Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo



✓ Libertad de Sindicalización

Los entrevistados manifiestan la existencia de libertad total para la sindicalización. No obstante, existen ciertos rubros donde no existen agrupaciones sindicales en Uruguay.

Los rubros en que el personal se encuentra fuertemente sindicalizado, el sindicato se considera como un agente más de participación en la empresa. No se registra ningún comentario adverso a la sindicalización, al menos de manera discursiva y manifiesta.

No obstante, en las empresas de servicios, especialmente en las más especializadas, se deja entrever que, si bien se acepta la libertad sindical, se considera un éxito su no existencia.

1. Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo



✓ Rotación y Retención de los empleados / Despidos

Las empresas entrevistadas declaran en su mayoría una alta retención de sus funcionarios. Salvo unas pocas consideran que la rotación de empleados es media o incluso elevada, y en general lo argumentan como una característica endógena de la actividad realizada o de la modalidad de contratos instrumentados.

Ninguna de las empresas entrevistadas admite el despido como una forma habitual de administración de sus recursos humanos y económicos, más bien se habla de retiros incentivados o de reacomodo en otras divisiones de la compañía cuando el funcionario no satisface las expectativas del empleador.

Ni siquiera durante la crisis se admite haber apelado a este recursos que evidentemente es poco valorado por este sector particular de empresarios.

1. Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo



✓ Participación de Fuerza de Trabajo por Género

En relación a la participación de fuerza de trabajo según género, las empresas se pueden dividir entre aquellas empresas más de servicio o con una amplia actividad administrativa, y las empresas productivas (planta industrial) o de obra.

Las empresas de servicios admiten tener una nivelación de género o incluso una mayor participación femenina entre sus empleados.

Las empresas que involucran una planta industrial u obra se caracterizan por el predominio masculino de su personal, que se explica por la propia naturaleza de la actividad. Las mujeres en estas empresas trabajan casi con exclusividad en la sección administrativa.

Sin embargo, en ambas empresas se destaca una regularidad:

Los cargos gerenciales de todas las empresas entrevistadas, son mayoritariamente ocupados por el sexo masculino.

1. Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo



✓ Participación de Fuerza de Trabajo por Género

Incluso en donde se asiste a una predominancia genérica netamente femenina, esta regularidad está presente.

Las mujeres son mayoría en los cargos más bajos, medios e incluso pueden ser mayoría en cargos técnicos, pero en la cúspide empresarial la predominancia sigue siendo de los hombres.

✓ Participación de Fuerza de Trabajo con capacidades diferentes

La inclusión a la empresa de fuerza de trabajo con capacidades diferentes, constituye un item escasamente abordado de manera discursiva por los entrevistados. Salvo un par de empresas consultadas refieren a esta cuestión de manera espontánea pero aún así no tardan en admitir que, a pesar de que el tema se encuentra presente en la agenda empresarial de su organización, no ha cuajado en políticas de recursos humanos concretas.

1. Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo



✓ Capacitación del Personal y Desarrollo Profesional

La capacitación es otra de las acciones ampliamente desarrolladas por las empresas investigadas.

La capacitación está en general vinculada a la planificación anual de las empresas y a la evaluación de los requerimientos técnicos y profesionales necesarios para el cumplimiento del mismo.

Los cursos pueden instrumentarse dentro de la empresa así como realizar convenios con instituciones privadas del medio (Anglo, UCU, Institutos de Informática) o incluso en el exterior.

1. Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo



✓ El Trabajador y su Familia

En relación al trabajador y su familia se mencionan beneficios vinculados a:

-Beneficios económicos directos: Aguinaldo extra, préstamos especiales, primas por antigüedad o casamiento, etc.

-Beneficios económicos indirectos:

- ✓ Servicios adicionales de salud: Emergencia móvil para el grupo familiar, seguros odontológicos, servicios de acompañante.
- ✓ Licencias especiales: por paternidad, estudios, casamiento o enfermedad.
- ✓ Canastas navideñas, kit de útiles escolares para el comienzo de cursos.
- ✓ Festejos de días especiales con toda la familia: Family Day, día de reyes, día del niño, etc.

1. Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo



- ✓ Inversión en Prevención de Salud y Seguridad
- ✓ Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales

Las empresa que declaran realizar una inversión especial en este ítem son aquellas que, o bien se caracterizan por ser empresas que desarrollan un trabajo de riesgo (trabajo en obra o en planta industrial) o bien empresas que son parte de una corporación internacional de gran relevancia, que invierten en el desarrollo de acciones específicas de prevención de salud y seguridad, a nivel mundial.

Las empresas vinculadas a trabajos de riesgo realizan capacitación continúa en el tema de seguridad. Además poseen un área específica para el estudio y tratamiento de estos temas, y personal técnico especialmente formado en estas áreas; médicos prevencionistas, médicos laborales, fonoaudiólogos, encargados en seguridad, entre otros.

1. Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo



- ✓ Inversión en Prevención de Salud y Seguridad
- ✓ Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales

Las empresas que se conectan más con trabajos de servicios consideran que su quehacer en el tema no es relevante. La seguridad y la salud ocupacional parecería estar demasiado conectado pues con los trabajos de riesgo de vida y los accidentes laborales.

Las enfermedades como el estrés o burn out, o los temas conectados a la ergonometría en los puestos de trabajo sólo son mencionados por un ínfimo número de empresas y se encuentran en general, conectados a emprendimientos relacionados con los requerimientos de las casa central que detenta, al parecer, una visión más integral de la salud ocupacional que la estrictamente relacionada a la enfermedad y el riesgo de vida.

1. Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo



✓ Percepción y Evaluación Interna

Se menciona por parte de un número importante de empresas la creciente utilización de sistemas de evaluación interna. En este sentido, las encuestas de clima organizacional o encuestas de satisfacción laboral interna, son realizadas con un frecuencia anual o bi-anual. Se relatan experiencias satisfactorias con el creciente uso de esta medida, ya que suministra importante información a los empresarios para la mejora de la gestión empresarial en su conjunto.

Se relatan experiencias de contratación de empresas consultoras u otras organizaciones (Facultad de Psicología, por ejemplo) para el desarrollo y análisis de la información obtenida.

Parecería ser una herramienta valorada y en creciente utilización por el público consultado.

1. Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo



✓ Política de Retiros

La política de retiros es una de las medidas menos mencionadas por los entrevistados.

En general, se reconoce como una carencia de la empresa el no haber instrumentado aún planes de retiros para sus empleados.

Algunas empresas explican esta carencia en relación a la juventud de sus empresas y empleados, lo que no habría propiciado un cuestionamiento de este problema, al menos en la actualidad.

2. Marketing Responsable



En relación al tema del Marketing Responsable, los entrevistados mencionan una serie de medidas, entre las que se desatacan:

- La instrumentación de un **sistema de reclamos o quejas al consumidor y/o cliente**. Se mencionan departamentos especiales creados para tal fin, y la instrumentación de servicios 0800.
- La instrumentación de **medidas de evaluación periódica a clientes**, en relación a la satisfacción con los servicios recibidos. La medida más utilizada suelen ser las consultas a través de encuestas de satisfacción al cliente.
- La puesta en marcha de **sistemas de evaluación a proveedores** en relación a la calidad de los servicios brindados, cumplimiento de contratos, etc.
- La **transparencia en relación a la información de productos y servicios** brindados, a clientes y usuarios en general.

2. Marketing Responsable



Otras medidas menos frecuentes refieren a:

- La instrumentación de **investigaciones de mercado anuales** (cuantitativas y cualitativas) con el fin de conocer las opiniones de clientes actuales y potenciales y la sociedad en general en relación a los servicios brindados por la empresa.
- La **elaboración de políticas de marketing y publicidad**, explicitando criterios publicitarios para campañas (ejemplos: campañas sin sobrepromesas, campañas dirigidas estrictamente a adultos responsables, etc.).

3. Protección del Medio Ambiente



Las medidas instrumentadas por los entrevistados en relación al medio ambiente se pueden clasificar en dos grupos. Por un lado se encuentran el grupo de medidas instrumentadas por las compañías que tienen una estrecha vinculación con el tema por la naturaleza de la actividad desarrollada (industrial o de obra), y por otro lado, las acciones desarrolladas por las empresas que se definen como de “servicios” .

Las empresas de “servicio” se auto perciben como poco perjudiciales del medio ambiente y por ende las medidas de protección instrumentadas para proteger el medio son incipientes y refieren básicamente a las siguientes acciones:

- **Reciclaje de papel y cartón.** Es la medida más mencionada por el conjunto de los entrevistados. Casi todas las empresas consultadas tienen instrumentado algún sistema de reciclaje de papel y cartón, que en general realiza alguna otra institución u ONG dedicada a tal fin.
- **Reciclaje de pilas y baterías.**
- **Reciclaje de cartuchos de tinta.**

3. Protección del Medio Ambiente



Menos menciones reciben las siguientes medidas:

- **Ahorro de energía eléctrica y agua potable.**
- **Declaración de empresa “libre de humo”.**
- **Reciclaje de material plástico, latas, vidrios y nylon.**
- **Mantenimiento y cuidado de algún espacio verde cercano (plazas, por ejemplo).**

Las empresas que por su propia naturaleza tienen un impacto directo sobre el medio ambiente, declaran además las siguientes acciones protectoras del medio:

- Estricto cumplimiento con las **normativas vigentes** en relación al cuidado del medio ambiente. **Política medioambiental claramente reglamentada.**
- Existencia de un **departamento especial dedicado al cuidado del medio ambiente y a la elaboración de planes** y medidas para mejorar el eventual daño causado por la actividad empresarial en el mismo.

3. Protección del Medio Ambiente



- Creación de plantas de recuperación de químicos, uso de vertederos industriales, deposición de residuos en lugares adecuados, planta de purificación de afluentes de agua, control de emanaciones molestas, etc.

4. Apoyo a la Comunidad



En referencia al apoyo prestado a la comunidad por las diversas empresas consultadas se destaca que existe una gran variedad de acciones de apoyo a la comunidad donde están insertas estas empresas desarrollando sus actividades.

Dichas **acciones de apoyo** consisten tanto en:

- ✓ **Ayuda monetaria.**
- ✓ **Donación de productos y materiales** (papel, computadoras, ropa, medicamentos, etc.)
- ✓ **Donación de los propios productos y servicios** desarrollados por la empresa de manera gratuita (servicios de asesoría y consultoría, conocimientos y saberes, cursos, productos sanitarios, papel, tiempo ocioso de computadoras, etc.).
- ✓ **Padrinazgos** de niños de bajo recursos en el fomento de su escolarización.
- ✓ **Donación de horas-hombre** para el cumplimiento de funciones de voluntariado.

4. Apoyo a la Comunidad



Las instituciones que reciben ese apoyo también son de una gran diversidad y van desde organizaciones estatales INAU, Hospital de Tacuarembó, escuelas públicas barriales hasta las más variadas ONG (Niños con Alas, Gurises Unidos, Logros, etc.).

✓ Otra de las acciones destacadas por la mayoría de los entrevistados fue la realización de **pasantías** tanto con estudiantes de Universidades públicas y privadas como con estudiantes de carreras de secretariado comercial, hotelería e informática.

La pasantía es visualizada así de manera unidireccional, tan sólo como un aporte que realiza la empresa a la sociedad, quedando oculto e invisibilizada la relación inversa (sociedad-empresa: mano de obra calificada a bajo precio).

Estos programas de ayuda se relatan a veces como producto de acciones poco sistematizada y poco planificadas. A veces responden a una iniciativa particular de algún miembro de la empresa que logra convencer a la dirección de colaborar con la institución o como producto de la propia insistencia de las instituciones ayudadas en conseguir apoyo del sector empresarial.

5. Valores y Principios Éticos



En relación a los **valores y principios éticos** de las empresas se constata que la mayoría de las mismas manifiestan tener explícitamente formulado una **misión** y una **visión** para la organización.

Cabe destacar empero, que esta declaración no es profundizada por los entrevistados quedando como un ítem formal pero carente de contenido, al menos en esta instancia en particular.

En relación a los **principios éticos y los valores** perseguidos por la institución la mayoría declara tener un código de ética explícitamente formulado.

Aquellos que aún no lo poseen planifican a la brevedad trabajar en la discusión y el diseño del mismo.

Algunos mencionan brevemente parte de esos principios éticos que guían su accionar, citando entre otros la honradez, la transparencia en los negocios, la lealtad y buen desempeño de los RRHH, seguridad, cuidado al medio ambiente, apoyo a la comunidad, procesos de compra claros y transparente, etc.

6. Ranking de acciones de RSE



Una vez desarrollado cada uno de los items anteriores: Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo, Marketing Responsable, Protección del Medio Ambiente, Apoyo a la comunidad y Valores y Principios Eticos se los convocó a realizar un ranking de importancia entre estas acciones.

Sorprendentemente con el nivel de respuestas obtenidos para cada uno de los ítems, se constata que el tema más valorado por los entrevistados es el de Valores y Principios Eticos.

Casi el 70% de los entrevistados posiciona a este item “*Principios Eticos (1)*” como el tema más importante y el de mayor jerarquía para las empresas.

6. Ranking de acciones de RSE

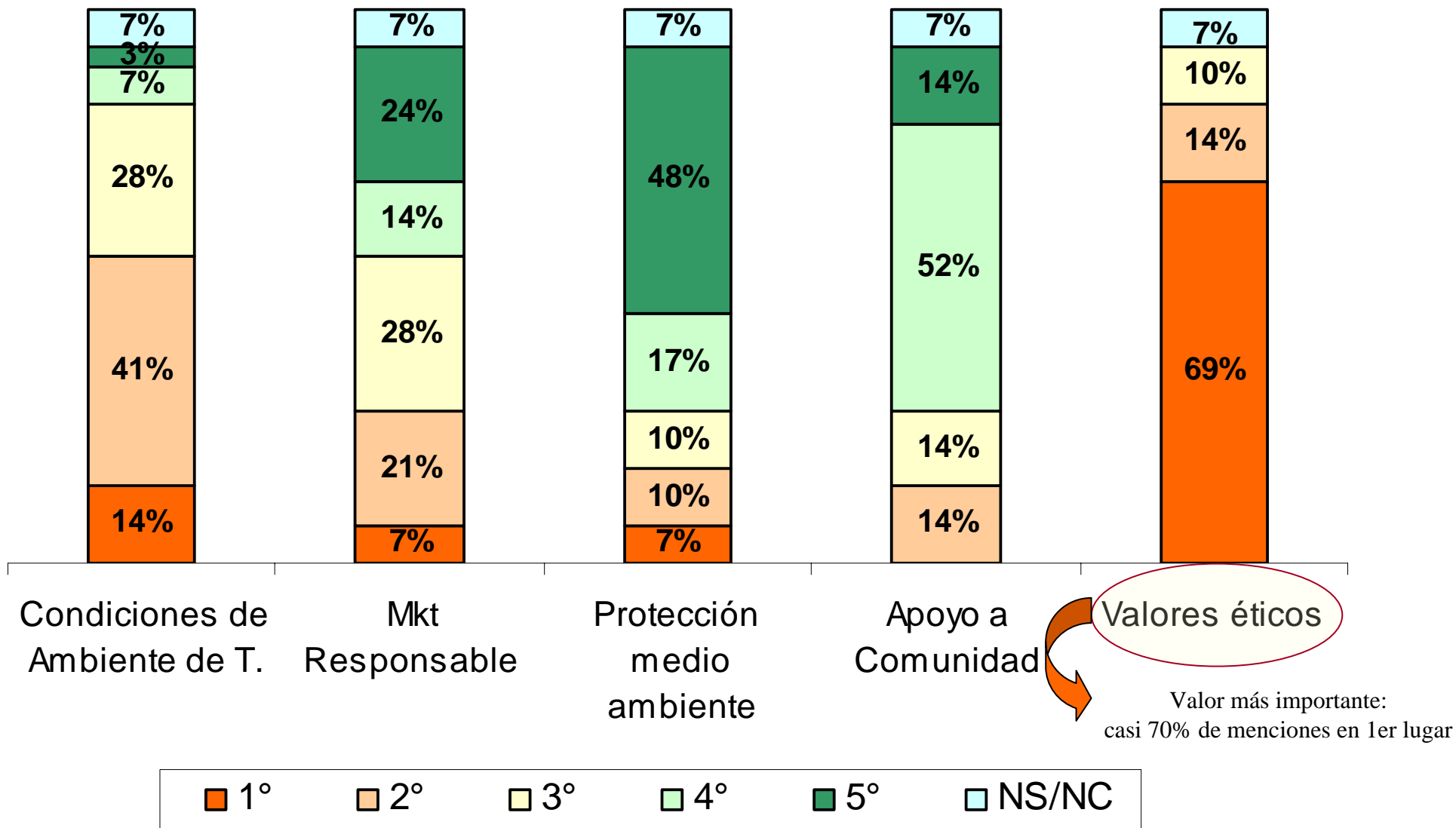


El que le sigue en jerarquía es **(2) Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo** (55% entre el primer y segundo lugar), luego **(3) Marketing Responsable** (28% en primeros dos lugares), **(4) Protección del Medio Ambiente** (17%) y por último, el tema menos importante para los entrevistados es el **(5) Apoyo a la Comunidad** (casi 70% lo ubica en el cuarto y quinto puesto).

Dichos resultados pueden interpretarse en palabras de un empresario: ***“la responsabilidad social empieza por casa”***.

Por ende, la Responsabilidad Social de las Empresas debe comenzar y afianzarse para estos entrevistados en la interna de la institución, para luego volcarse al desarrollo de acciones hacia el medio y la comunidad.

Gráfico de Datos – Ranking de Acciones de RSE



7. Concepto de RSE y exigencia a terceros



Los empresarios consultados manejan una concepción de lo que implica la Responsabilidad Social Empresarial que involucra las siguientes consideraciones:

- Es una forma de hacer negocios relativamente **nueva pero evaluada como tendiente a consolidarse firmemente en el mercado**. En este sentido no consiste en una “moda” sino en un cambio radical en la concepción de gestión empresarial que llegó para quedarse.
- Involucra no sólo el cumplimiento de normativas legales vigentes sino que implica toda una serie de medidas y acciones que tienden al bienestar de los propios **recursos humanos** involucrados (**empleados, accionistas, clientes, proveedores**), de la **comunidad en general** donde se inserta la empresa, del cuidado del **medio ambiente** y de los **recursos naturales**, así como de la observancia de los **principios y valores éticos** más elevados en todo el accionar de la empresa- transparencia, honradez, responsabilidad, etc.-.

7. Concepto de RSE y exigencia a terceros

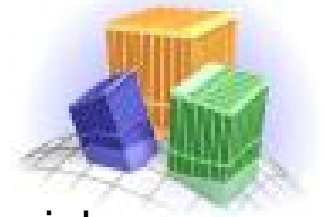


No obstante, la exigencia de esta nueva “manera de ser empresa”, no es tomada en cuenta a la hora de elegir una empresa proveedora o un cliente, por la mayoría de los entrevistados.

Si bien sí se exige que la empresa cumpla con las normas legales vigentes en la sociedad (listado de personal en BPS, aportes tributarios, por ejemplo) no se toman en cuenta otras acciones de RSE por las siguientes razones:

- RSE resulta un concepto hasta hoy considerado como un **intangibile**. Faltan indicadores sencillos y claros para cuantificar y evaluar la RSE de las empresas.
- RSE también es considerada como una **forma de hacer negocios relativamente nueva en el medio**. Las empresas que hoy por hoy encaran acciones de RSE son las empresas evaluadas como grandes o medias, con una fuerte impronta internacional y por ende se considera demasiado pronto para que las PYMES sean evaluadas y medidas con estas exigencias.

8. Agenda de RSE en el sector empresarial

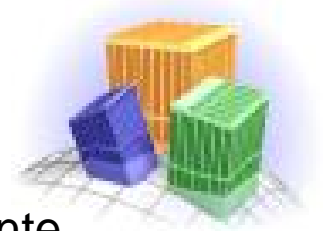


Para un 65% de los consultados, la responsabilidad social empresarial está en la agenda de discusión de las grandes y medianas empresas que operan en el país.

Esto se explica fundamentalmente a través de la gran relevancia que ha adquirido el tema a nivel internacional y la natural relación de las grandes empresas con este ámbito (ya sea por ser filiales o sucursales de empresa transnacional, o por el nivel de negocios con el exterior).

Las **grandes empresas** pues son las abanderadas de esta nueva forma de gestionar la empresa, que implica una visión de largo aliento y una misión que trasciende la tradicional rentabilidad económica (como único fin) que se atribuía a la empresa en el pasado.

8. Agenda de RSE en el sector empresarial

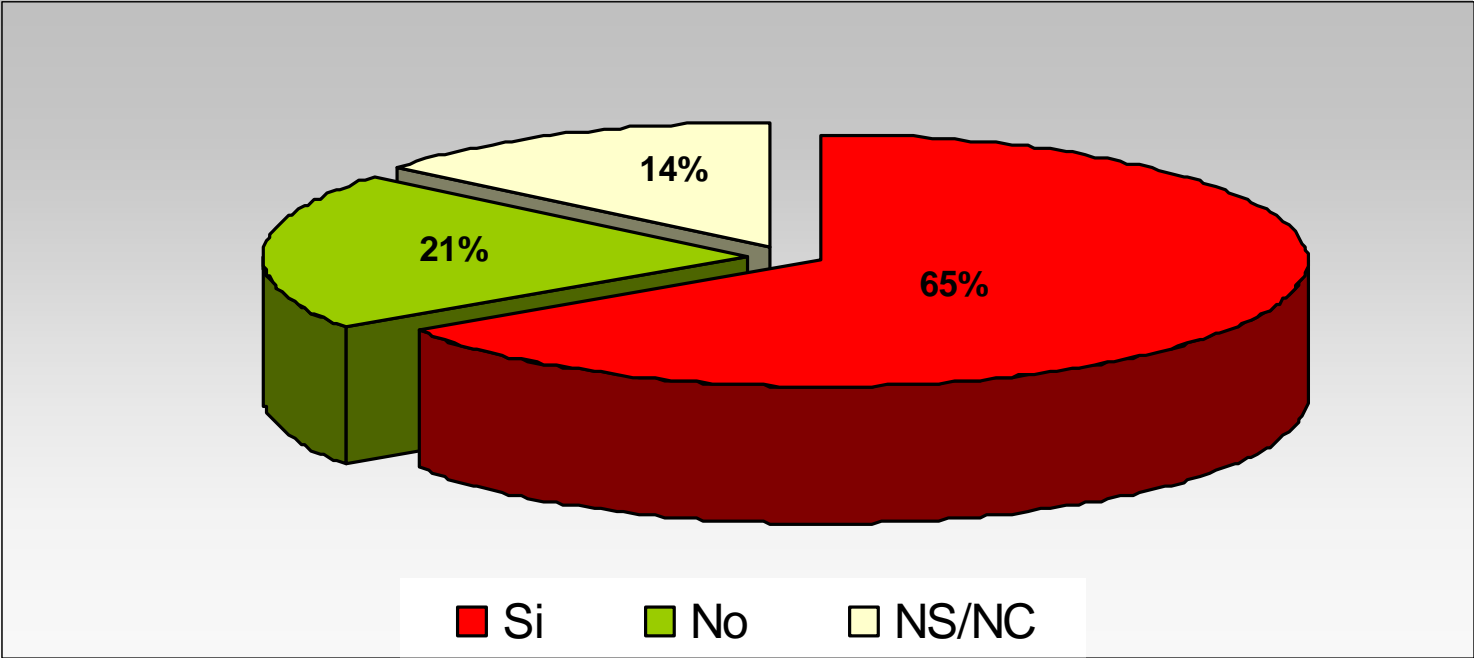


Un 21% empero, sostiene que el tema no está lo suficientemente afianzado en este segmento, y que recién en la actualidad ha comenzado a discutirse con seriedad. En este sentido se argumenta esta respuesta, más concentrada en sensaciones de inmadurez relativa del desarrollo del tema que en su falta radical en las agendas de las empresas consideradas.

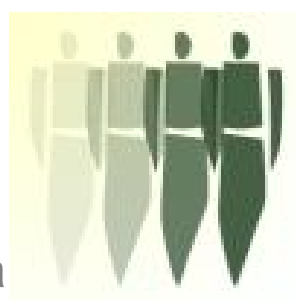
En relación a las **PYMES** se sostiene que las mismas están demasiado signadas por las urgencias de alcanzar la rentabilidad y sustentabilidad a corto plazo, lo que les impide agenciarse de un tema considerado vital pero supeditado a la satisfacción de esos requisitos mínimos de funcionamiento y viabilidad empresarial.

En función de esta incapacidad actual de las **PYMES** se las trata con benevolencia y consideración, y no se les exige más que el cumplimiento de las disposiciones legales vigentes para contratarlas como proveedoras o clientes eventuales.

Existencia de Agenda de RSE en el segmento de Grandes y Medianas Empresas



9. Persona designada para RSE



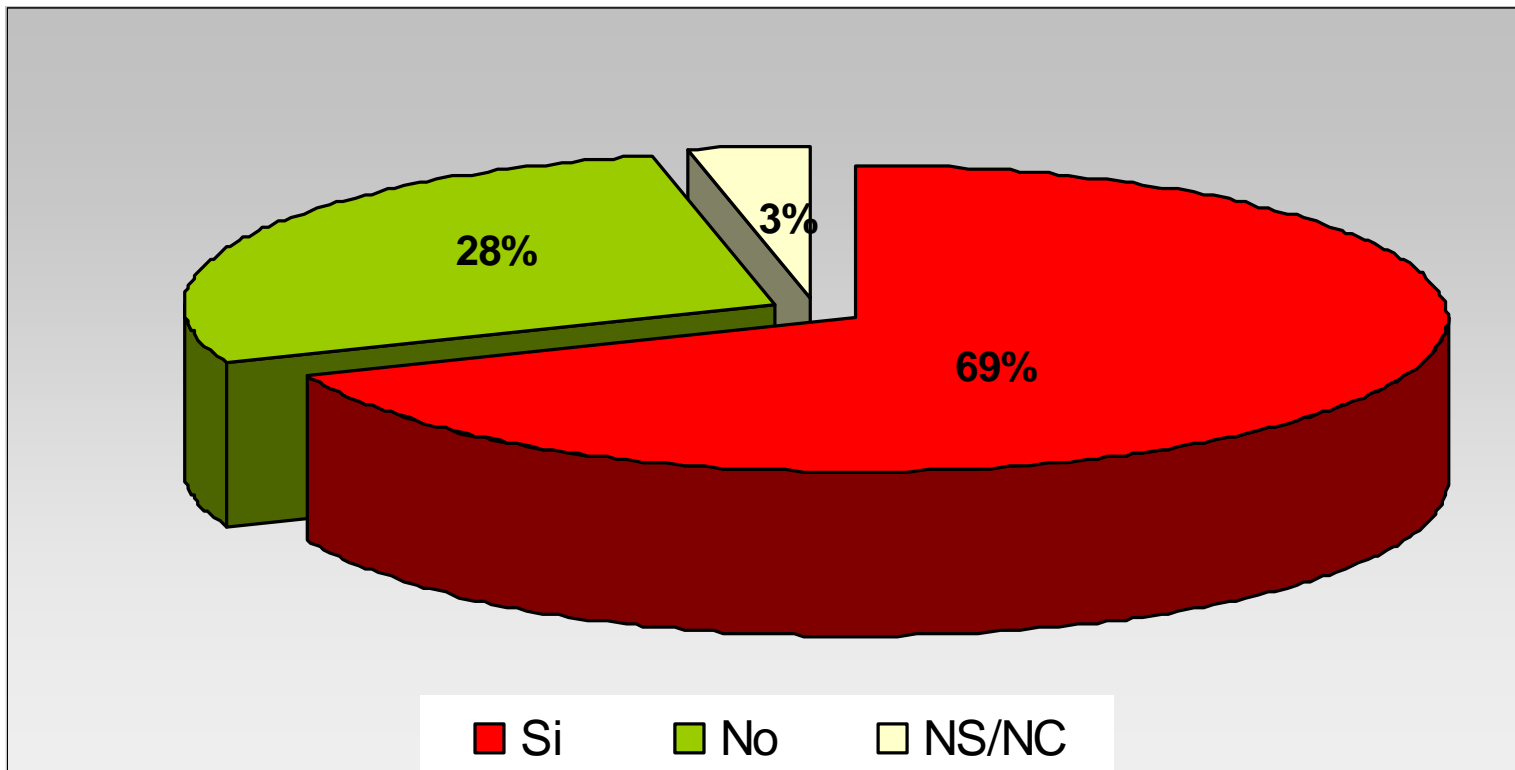
Un 69% de los entrevistados manifiestan que su empresa ha designado a una persona o a un grupo de personas específicos para todo lo referente a programas, acciones y /o estrategias de RSE.

A través del análisis de los funcionarios designados se constata que, sólo un número muy reducido de empresas ha instituido el tema RSE como una tema per se, que ha ameritado la creación de un espacio propio y una función delimitada para su discusión y análisis. Es así que algunas empresas han instrumentado un área específica o comisión de RSE dentro de la empresa.

El resto de las empresas ha adicionado el tema RSE a las funciones y tareas a un área pre existente de la empresa. Las áreas más involucradas con el tema de RSE fueron: RR.HH, Marketing, Administración y Gerencia General.

El 28% declara no tener una persona específicamente designada para el tema sino un equipo o grupos de personas que se dedican a cuestiones de RSE en general.

Existencia de una persona designada para funciones de RSE





Conclusiones

11. Conclusiones

- 1) En términos generales, se puede afirmar que en relación a la anterior investigación (año 2001) y comparando las matrices de datos confeccionadas para ese año con las actuales, se corrobora un importante avance en el tema de RSE, sobre todo a partir del desarrollo de innumerables acciones de RS dentro de cada variable testeada.
- 2) No obstante, dicho desarrollo parece más conectado con el hacer y el actuar, que con una reflexión más profunda del tema. En este sentido, algunas acciones de RSE son confundidas con meros cumplimientos legales o se toman como acciones de RSE algunas actividades que analizadas en profundidad revisten también otros sentidos contrapuestos a los subrayados para la RS (pasantías, sindicalismo, fundamentalmente).
- 3) También se nota una carencia de contenidos semánticos para muchos de los temas indagados (principios éticos, comunicación, etc.) que puede deberse a limitaciones propias de la técnica o a una verdadera falta de sustrato teórico y conceptual de los temas que comprende la RSE.

11. Conclusiones

- 4) A su vez debe subrayarse que la técnica de investigación implementada en esta instancia (encuesta), dificulta la emergencia de un discurso distinto y alejado del DEBER SER, inhibiendo la emergencia de contradicciones, disensos a la “norma”, etc., y algunos temas quedan capturados en esta lógica (despidos, por ej.) inhibiendo una discusión más profunda y verdadera de algunos temas.
- 5) Sin embargo, algunos temas logran mostrar contradicciones ya que se los somete a una contrastación entre lo discursivo y lo empírico: el tema del género por ejemplo es un ejemplo entre el deber ser y lo real, y también el ranking de acciones de RSE versus lo desarrollado discursivamente muestra estas contradicciones y falta de linealidad entre lo que se dice hacer y lo que se piensa o hace verdaderamente.

11. Conclusiones

- 6) Otra consideración general a resaltar consiste en no olvidar el universo empresarial encuestado constituye una ínfima porción del existente. Las empresas aquí consideradas han instrumentado acciones concretas de RSE y participan activamente en un institución que impulsa su desarrollo (DERES). Por ende, cabe inferir que estas empresas son las que hoy por hoy están en la vanguardia del tema. La descripción realizada en el presente informe puede ser tomado como diagnóstico del estado del arte en su versión más avanzada- en nuestro país, estado que como hemos subrayado es claramente incipiente y está aún inmaduro.

- 7) Realizadas estas consideraciones iniciales, se puede concluir que en relación a las variables principales definidas en el presente informe, las empresas entrevistadas presentan las siguientes actitudes y valoraciones:
 - a. **Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo.**
 - ✓ Se infiere un apego excesivo a lo normativo como sinónimo de cumplimiento de la RSE (estructura de retribuciones, por ejemplo).

11. Conclusiones

- ✓ Existe falta de discusión y profundidad en el desarrollo de determinados tópicos (información y comunicación) que se desarrollan de manera muy superficial y atendiendo a la parte formal casi con exclusividad.
- ✓ Algunas acciones consideradas como de RSE develan contradicciones importantes al contrastarse lo discursivo con lo real (participación por género, sindicalización, participación de fuerza de trabajo con capacidades diferentes).
- ✓ En relación a la salud ocupacional se constata que la misma se conceptualiza en términos de prevención de accidentes o de enfermedades graves. La salud ocupacional no se tematiza en relación a situaciones más actuales de stress o ergonometría, sino que está apegada a una conceptualización antigua e industrial propia de otras épocas.

11. Conclusiones

b. Marketing Responsable

- ✓ Se constata que las empresas entrevistadas han instrumentado acciones comunes de Marketing Responsable, atendiendo a los variados actores involucrados: clientes, consumidores y proveedores. Se aplican instrumentos sistematizados (encuestas de satisfacción al cliente, sistemas de quejas y reclamos, etc.) lo que develaría también que el tema del Marketing responsable se encuentra más claro y más libre de contradicciones para los entrevistados.

c. Protección del Medio Ambiente

- ✓ Las empresas manufactureras encuentran su contribución al tema claramente regulado por códigos y políticas ambientalistas concretas.
- ✓ Las empresas de servicios asumen que su contribución al tema pasa por acciones de reciclaje de papel, pilas y otros materiales, fundamentalmente.

11. Conclusiones

- ✓ No se constata en este tema una reflexión más profunda del tema que trascienda estas medidas pragmáticas de reciclaje de materiales y esta acción a veces es más una preocupación y una iniciativa de las empresas recicladoras de materiales (ONGs) que de las propias empresas aquí consultadas.

d. Apoyo a la Comunidad

- ✓ Si bien se manifiestan un sinnúmero de acciones de apoyo a la comunidad social, se percibe que estos programas de ayuda se relatan como producto de acciones poco sistematizadas y planificadas. Muchas de las acciones instrumentadas obedecen más a una conducta asistencialista de alguno de los miembros de la organización que impulsa al conjunto de la institución, que como una política de apoyo claramente definida y planificada.

11. Conclusiones

e. Valores y Principios Éticos

- ✓ Si bien esta medida es rankeada como la más importante dentro de las acciones de RSE, se asiste a una falta de contenido y definición sobre lo que se entiende bajo este rótulo. Los principios y valores no son definidos por la mayoría de los entrevistados, lo que deja el tema en un estado de imprecisión y ambigüedad, que cada una de las empresas resuelve a su particular manera.

8) Las empresas internacionales manifiestan un empuje mayor en la instrumentación de medidas de RSE en razón de su calidad de filial de la casa matriz que, en general, se encuentra en una etapa más avanzada y desarrollada del tema.