

Responsabilidad social de las organizaciones (RSO): una mirada en Villa María

Social responsibility of organizations (SRO):
a look at Villa Maria

María Cecilia Conci

mcconci@unvm.edu.ar

Universidad Nacional de Villa María

María Beatriz Moine

mbmoine@yahoo.com.ar

Universidad Nacional de Villa María

Cledis Peccoud

cledis@coop-her.com.ar

Universidad Nacional de Villa María

SOCIALES INVESTIGA. Escritos académicos, de extensión y docencia

Nº 1, julio – diciembre 2016 (pp. 37-54)

e-ISSN 2525-1171

Villa María: IAPCS, UNVM

<http://socialesinvestiga.unvm.edu.ar>

Resumen

En un mundo globalizado las repercusiones del actuar social alcanzan a todos los habitantes del planeta, directa o indirectamente, pertenecientes a cualquiera de los reinos de seres vivos. No obstante, existe únicamente un ser vivo al que puede atribuírsele la responsabilidad por las consecuencias negativas de sus intervenciones en el mundo o su omisión: el ser humano.

En la presente investigación se analizará el actuar del hombre a través de organizaciones, entendiendo a éstas como células de cualquier sistema social.

Con la certeza que una conducta organizacional socialmente responsable amerita pensar el accionar organizacional desde una triple concepción: social, económica y ambiental, se analizan las acciones desarrolladas por las organizaciones de Villa María, provincia de Córdoba, Argentina, en materia de Responsabilidad Social.

Palabras clave: sistema, organización, responsabilidad social, conducta organizacional, Villa María

Abstract

In a globalized world the impact of social action reach all inhabitants of the planet, directly or indirectly, belonging to any of the kingdoms of living things. However, there is only a living being that can be attributed the responsibility for the negative consequences of their interventions in the world or omission, human being.

In this research we will analyze the act of man through organizations, understanding these as cells of the social system.

With the certainty that a socially responsible organizational behavior warrants think the organization from a triple conception: social, economic and environmental actions developed by organizations of Villa Maria, Cordoba province, Argentina, on Social Responsibility are analyzed.

Keywords: system, organization, social responsibility, organizational behavior, Villa Maria

Responsabilidad social de las organizaciones (RSO): una mirada en Villa María¹

Introducción

En una actualidad creciente de cambios resulta necesario percibir a la organización desde una perspectiva social, ambiental y económica. Los cambios sociales acaecidos en el entorno organizacional, la mayor globalización de los mercados, la necesidad de incorporar prácticas de buen gobierno, la sensibilización ante el impacto ambiental, entre otros asuntos ha llevado a las organizaciones a replantear sus estrategias de gestión y transformar su conducta organizacional focalizada en mayor medida a los asuntos financieros a una conducta socialmente responsable.

Los seres humanos y por consiguiente, las organizaciones que los mismos constituyen, viven y se desarrollan en una constante interacción con seres humanos, organizaciones y el entorno natural que la circunde. Contemplar la visión holística y sistémica para comprender que la dinámica de ser y existir de una organización es imprescindible para entender la significancia que asume una conducta socialmente responsable de las organizaciones en un entorno de dinámicos y magnos cambios.

Es el propósito de este artículo denotar esto, poniendo énfasis en las acciones desarrolladas por las organizaciones en Villa María, Córdoba, Argentina que sustentan esta conducta. Una conducta socialmente responsable por parte de una organización amerita, además del análisis de diferentes aspectos de la gestión organizacional, y no tan sólo de la mera obligación, ni de causas filantrópicas. Una gestión en materia de responsabilidad social, significa ampliar la mirada hacia los impactos que genera la organización, considerar acciones tendientes a disminuir la incidencia en los impactos negativos que se produjeran, y planificar acciones tendientes a un desarrollo social y ambiental.

En el marco de lo antes mencionado, el proyecto de investigación titulado "La Realidad Social de las Organizaciones (RSO) de Villa María" tuvo como eje la evaluación de la conducta de las organizaciones de Villa María en materia de Responsabilidad Social, centrándose de este modo en desarrollar los conceptos que permitan comprender el nuevo paradigma de la Responsabilidad Social.

¹ Colaboraron con el presente escrito: Lic. Adriana Andrea Bleger, Lic. María Ileana Priarollo y Lic. María Virginia Tamagno

El mundo como sistema

Seguramente la mayoría recordará una de las primeras teorías estudiadas en los inicios de su escolarización: el sistema solar. Así tuvimos nuestra primera aproximación a un sistema aprendiendo acerca del sol, los planetas, las galaxias, los satélites, sus relaciones y demás enigmas que encierra el universo.

Las ciencias físicas entienden por sistema al “conjunto de partes relacionadas e interdependientes dispuestas de tal manera que producen un todo unificado” (Robbins & Coulter, 2005).

Los investigadores en la década de 1960 trasladaron el concepto al campo social, para analizar las organizaciones bajo el enfoque sistémico. Desde éste se conciben a las organizaciones como “compuestas de factores interdependientes de individuos, grupos, actitudes, motivaciones, estructura formal, relaciones, metas, estatus y autoridad” (Robbins & Coulter, 2005). La interacción e influencia generada entre los factores que componen a la organización hacen que surjan en las mismas características y relaciones no observadas en cada elemento en particular, otorgándole de esta manera particularidades únicas.

No obstante lo anterior, las organizaciones no permanecen aisladas en el mundo. Por el contrario, interactúan dinámicamente con su entorno por lo que se consideran sistemas abiertos (Robbins & Coulter, 2005).

Ilustración 1. Interrelación entorno - organización



Fuente: Elaboración propia.

La organización tiene propiedades que adquieren valores y definen su estado. Estas propiedades resultan del proceso de interacción entre los integrantes del sistema, llamado composición sistémica (Lara-Rosano, s.f.).

Se establecen intercambios de insumos -en el sentido amplio del término: abarcando no sólo bienes materiales sino también ideas, teorías, sentimientos, emociones, pensamientos, normas, valores, comportamientos, convicciones, costumbres, conocimiento- y de productos. Ambos factores generan repercusiones que varían a causa, además de las características propias, de aspectos sociales, temporales, espaciales, históricos, políticos, culturales entre otros. La intervención de parámetros exógenos que alteran de manera previsible o imprevisible el estado de la organización (Lara-Rosano, s.f.).

Es decir, existe una red multidimensional producto de la interacción e influencia que ejerce el entorno sobre la organización y los factores que componen a esta y viceversa. En definitiva, puede afirmarse que la organización se define a sí misma como resultado de las interacciones que genera interna y externamente y de las relaciones que establece en el marco de estas. La extrapolación de teorías entre las diferentes ramas del saber nos han autorizado a considerar al universo como un sistema, al planeta como un sistema, al país como un sistema, a las organizaciones como un sistema y podría continuarse infinitamente la comparación.

Continuando lo enunciado con anterioridad, es válido posicionarnos dentro de un sistema y a partir de éste considerarlo inmerso en un macrosistema y compuestos por factores, que son a su vez microsistemas. En el mundo organizacional, si bien macro y micro sistemas varían con cada organización, la diferencia entre uno y otro se establece por la incidencia de las relaciones sistémicas constante que se determinan la conducta de los factores componentes y las organizaciones que entre ellos se funden.

De esta manera, en el sistema macro se presentan factores “no controlables con bajo o nulo grado de influencia”: las organizaciones no pueden influir directamente y su poder de decisión es casi nulo para establecer ellas mismas alguna modificación (Vicente & Ayala, 2008). Considérense dentro de estos las variables económicas, políticas, legales, internacionales y tecnológicas, entre otras.

Por el contrario, en el sistema micro se observan factores “controlables con cierto grado de influencia”: que son aquellos en los que las organizaciones pueden llegar a influir de alguna forma a través de sus decisiones o acciones. Entendiendo como estos a los stakeholders²: clientes, proveedores, competencia, sociedad, entre otros; procesos productivos, para nombrar algunos de ellos.

En todos los casos la interacción implica la relación constante y permanente entre, seres humanos, y entre estos y el entorno natural que circunde a la organización y a todos los procesos que la conforman.

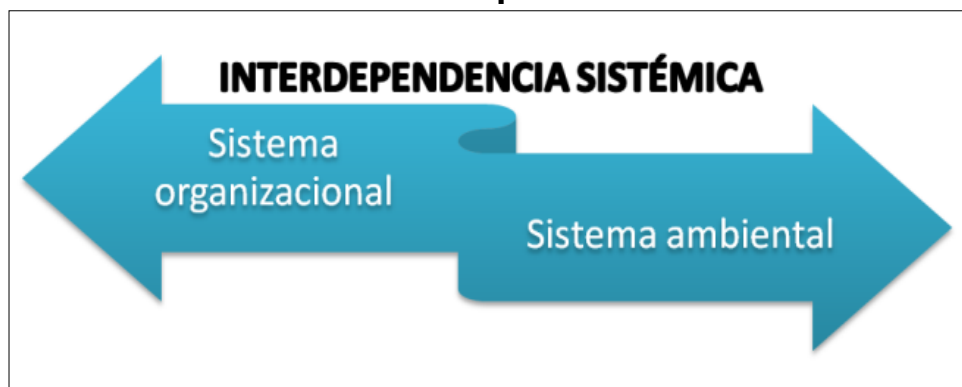
Interdependencia sistémica

El término interdependencia está compuesto a partir de dos palabras del latín: el prefijo inter- que significa a intervalos, entre, y la palabra dependencia cuyo significado es colgar, pender de, depender de. Por lo tanto, puede considerarse como el concepto

² Entendiendo como “quienes son afectados o pueden ser afectados por las actividades de una empresa” u organización. Popularizado en este sentido por Edwar Freeman (1984).

etimológico de este vocablo la cualidad de lo que depende entre dos o más entes³. De acuerdo a la definición de la Real Academia Española, por interdependencia se entiende “dependencia recíproca”⁴.

Ilustración 2: Interdependencia sistémica



Fuente: Elaboración propia.

En términos de la teoría de sistemas, la interdependencia es una cualidad de los mismos por la cual se generan intercambios, cesiones, cambios o cadenas de acontecimientos que comienzan en un elemento del sistema y terminan en otro.

Llevando lo anterior a los sistemas organizacionales, es posible observar que producto de la interdependencia cada sistema está en constante vulnerabilidad respecto a su suprasistema o macro sistema y a los subsistemas que lo componen, en diferente grado. Es además producto de la interdependencia que las organizaciones colaboran en conformar el entorno y las condiciones bajo las que opera. Consecuencia de lo anterior, los paradigmas que han marcado el desempeño organizacional ideal han mutado a la vez que lo han hecho los intereses de la sociedad y viceversa.

El nuevo paradigma de la responsabilidad social impulsa a todas las organizaciones a incorporar a sus criterios de gestión, generalmente limitados al campo económico y legal, aspectos sociales y ambientales, fundamentalmente. Además de establecer objetivos relacionados en la materia y monitorear el desempeño logrado en los mismos.

En este sentido, Castrillón y Rodríguez Córdoba (2014) reflexionan al respecto “basta recordar la presencia de grupos de interés en pymes, organizaciones sin ánimo de lucro y estatales, más allá de las grandes corporaciones, para evidenciar que la responsabilidad social atañe a cualquiera que sea organización. Concomitantemente, tal apariencia hace inseguro el hecho de que la RSC sea de ineludible asunción en toda organización para todo momento.

Desde esta perspectiva, los autores conciben que la sociedad esté articulada por una red de organizaciones, por lo que proponen reemplazar el concepto de Responsabilidad Social Corporativa por Responsabilidad Social Organizacional.

³ Fuente: <http://quees.la/interdependencia/>. Rescatado el día 14/03/16.

⁴ Fuente: Diccionario de la Real Academia Española. <http://dle.rae.es/?id=LtGT7LP>. Rescatado el día 14/03/2016.

Organización Socialmente Responsable

Considerar a una organización como socialmente responsable no lo es por el objetivo primario, la actividad principal o la razón de ser de la misma. Por el contrario, comportarse de manera socialmente responsable implica que las organizaciones, además de desempeñar las actividades que conforman su razón de ser, hayan asumido y trabajen las mismas en pos de los siguientes compromisos para (Vallaes, 2009):

- Identificar y comprender los impactos sociales, ambientales y económicos y las apreciaciones críticas de las partes afectadas, que las acciones organizacionales despiertan.
- Considerar las aspiraciones, necesidades e intereses de las partes interesadas a los efectos de concertar y responder a las mismas de manera coherente con el actuar.
- Trabajar en la creación de transparencia, a través de la rendición de cuentas a las partes implicadas.
- Solucionar los problemas que se presenten respetando y haciendo cumplir la declaración de misión, visión y pactos asumidos.

Los compromisos anteriores permiten vislumbrar la existencia de un tercero: cercano, parte o ajeno a la organización; interesado, afectado, beneficiado, indiferente, simplemente presente, observador, dependiente; conocido, supuesto, con un rostro, imaginario. Cualquiera sea la definición de este tercero, las organizaciones lo incorporan en su gestión procurando satisfacer sus requerimientos y responder ante impactos reales o potenciales. Considerar a un tercero, supone además reajustar el comportamiento organizacional. El desempeño económico y financiero se alcanza incorporando aspectos sociales y ambientales, además de monitorear el desempeño organizacional bajo este triple enfoque.

Analizando lo afirmado por González (2008), la responsabilidad social empresarial abarca los siguientes cuatro ejes base del actuar:

- a.** Calidad de vida en el trabajo (dimensión social del trabajo),
- b.** Ética empresarial,
- c.** Vinculación con la comunidad y su desarrollo, y
- d.** Cuidado y preservación del ambiente.

El autor, en consonancia con el nuevo paradigma, expresa claramente la ampliación producida en el seno de las organizaciones. La gestión organizacional amplía su área de incumbencia, tradicionalmente focalizada en términos económicos, para monitorear además el desempeño alcanzado en las dimensiones sociales y ambientales para con el entorno interno y externo.

A los fines de la investigación, se extendió la definición de responsabilidad social empresarial a responsabilidad social organizacional, ya que comparten los fundamentos que la definen. En el mismo sentido, se entiende que una organización se considera como socialmente responsable en la medida que demuestra un accionar responsable en materia social, ética, ambiental y económica para con todos los públicos que resulten, de manera directa e/o indirecta, afectados por el accionar organizacional.

La vinculación que se establezca con estos públicos debe mantenerse en el tiempo, operando como un continuum que trasciende todas las áreas de la organización, y retroalimentar el desempeño a fin de superarlo día a día.

Curva de adopción de la Responsabilidad Social Organizacional

Operar como una organización socialmente responsable implica un proceso de aprendizaje e innovación, que tiene su origen en las personas que conforman la organización y que son, a su vez, quienes hacen posible esta realidad en las mismas. Como todo proceso de aprendizaje e innovación, insume tiempo, recursos y un nuevo comportamiento con sus consecuencias y virtudes.

Siguiendo lo propuesto por Chirinos, Fernández y Sánchez (2012), quienes ponen bajo la lupa la definición de Responsabilidad Social Empresaria, "emerge la duda sobre cuándo realmente una empresa cumple con su responsabilidad social, trascendiendo su quehacer, favoreciendo a su público interno y externo, con aportes realmente sustentables, no con dádivas, actos filantrópicos o soluciones simuladas".

Como en todo proceso de cambio existe un camino que se recorre hasta materializar el mismo en el que pueden identificarse "postas", "momentos", "reparos" que permiten evaluar el avance realizado y verificar la concreción de "pasos" en el caminar.

En estos términos Cammarota y Berenblum (s.f), citan a Bernardo Kliksberg quien explica "tres etapas por las que podría atravesar una empresa, en una supuesta curva evolutiva: la autista, la filantrópica y la de la responsabilidad social". Profundizando en cada una, y complementándola con aportes de otros autores, se entiende por cada una:

1. *Etapas autista:* la empresa es un engranaje de la cadena de producción, su eje es responder respecto de las utilidades que es capaz de producir. La preocupación por el rendimiento económico y financiero son el foco de su atención en detrimento de la sociedad y los grupos de interés con los que interactúa y afecta.
2. *Etapas filantrópica:* la dirección registra el entorno en el que la empresa actúa y las necesidades manifiestas del mismo. La empresa se muestra más sensible en relación a esas carencias, atendiéndolas a través de aportes bajo las formas de donaciones de recursos: dinero, bienes, tiempo y trabajo personal. Se observa un compromiso incompleto que se manifiesta a través de acciones filantrópicas, que da sin pedir nada a cambio, sin involucramiento.

Las acciones filantrópicas "son las que otorgarán únicamente posicionamiento de imagen a la organización, más no necesariamente reputación. Realizar acciones aisladas solamente porque las mismas están de moda para movilizar a los empleados para sembrar árboles, o porque otorgan una presencia mediática (...) solamente generará una buena imagen de la empresa (...)" (Chirinos et al. 2012).⁵

3. *Etapas de la responsabilidad social:* en esta instancia se verifica un involucramiento pleno de la empresa en la temática "y como tal debe impregnar a toda la organización, todos sus procesos: administrativos, de producción, humanos, a través de "...una gestión consciente y, en consecuencia, responsable de los impactos que produce en la sociedad en la que actúa y a la que sirve" (Chirinos et al. 2012).⁶

La responsabilidad social también debe estar alineada al objeto social de la empresa, con una estructuración de acciones de corto, mediano y largo plazo (Chirinos et

⁵ Citando a Huitrón (2011:171)

⁶ Citando a Pizzolante (2009a, p. 201)

al. 2012)⁷. Como puede observarse, incluir a la responsabilidad social en la gestión de cualquier organización supone un proceso de aprendizaje, internalización y crecimiento.

En otras palabras, y haciendo una revisión histórica, la etapa autista puede compararse con la visión tradicional de la empresa, el cual se encontraba limitado a la razón de ser de la misma. En general, este actuar estaba marcado por el crecimiento y desarrollo en términos económicos, en el cual responder a factores sociales o ambientales de posibles terceros que se relacionen con la organización significaba un gasto o una pérdida en el balance económico.

El segundo momento por el que puede atravesar una organización, se caracteriza por atender de manera intermitente necesidades sociales y/o ambientales que la sociedad manifiesta sin un respaldo ideológico o convicto que lo respalde. Las acciones realizadas se analizan bajo la lógica del costo – beneficio.

Finalmente, se considera que una organización comienza a operar de manera socialmente responsable cuando de manera proactiva y sistemática se abordan los aspectos económicos, sociales y ambientales. La responsabilidad social atraviesa transversalmente todas las áreas de la organización y todas las decisiones que se tomen.

En el mismo sentido, Guédez (2006) marca “cuatro conceptos complementarios para la adopción y crecimiento de la responsabilidad social empresarial”. Chirinos et al (2012)⁸ desarrollan las ideas del autor en los siguientes términos:

1. *Empresa socialmente dispuesta*: es aquella en la que entre todos sus participantes, desde los dirigentes hasta los niveles operativos, existe una fuerte convicción y determinación para hacer algo en la materia. A este trabajo se lo concibe “como un ejercicio ético y sustentable de la competitividad”.
2. *Empresa socialmente competente*: los esfuerzos se dirigen a generar competencias en las personas. Supone la necesidad de capacitarlas en responsabilidad social a fin de que sean capaces de identificar de qué se trata y desarrollar conductas y actividades de responsabilidad social a partir de las competencias.

Las competencias que se generan impactan dualmente: manifestándose en acciones sociales promovidas por la organización como un todo y en cada uno de los integrantes que la conforman a través de sus desempeños como personas y profesionales.

3. *Empresa socialmente inteligente*: es aquella que ha superado las dos características anteriores: la disposición y la competencia en responsabilidad social. Una empresa que ha alcanzado este desarrollo es capaz de impregnar todo lo referente a la RS en la estructura y proceso.
4. *Empresa socialmente ética*: con esta definición Guédez (2006) aspira a que todas las decisiones organizacionales se sustenten en la ética, dado que entiende que la ética es la que permite construir o destruir en el camino de la vida, en el que debe optarse entre hacer el bien o hacerlo bien.

Esta empresa se caracteriza por “inspirar todo su desempeño y orientar toda su vocación hacia la idea del bien”.

⁷ Donde se cita a Huitrón (2011:171)

⁸ Donde se cita a Guédez (2006)

Lo abordado por los autores precedentes, permite reafirmar que un cambio en el desempeño organizacional es consecuencia de una transformación en la manera de pensar y posicionarse frente al mundo por parte de las personas que, en definitiva, son la organización.

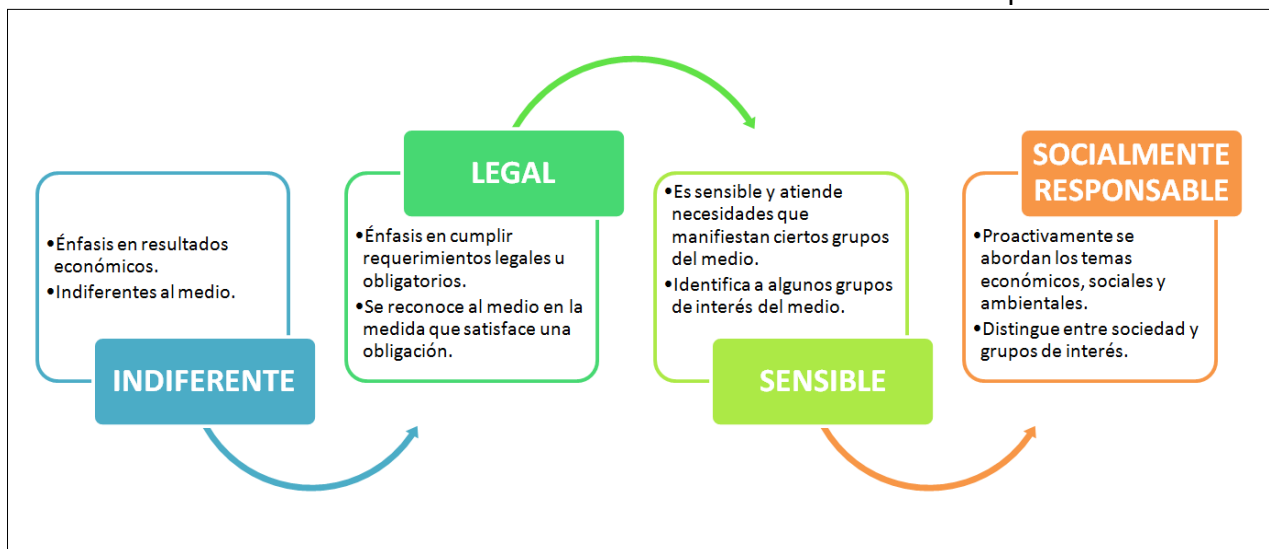
Con diferentes términos, la idea que subyace en cada autor es la misma. El cambio implica un proceso de aprendizaje que se inicia por la sensibilización e interés de las personas por la temática. Esta situación los impulsa a transitar alternativas de capacitación y experiencias, para apropiarse del conocimiento y las herramientas.

Superada la instancia de incorporación de información, los individuos se encuentran en un momento de acción en el que trabajan por “impregnar” con la RS todos los aspectos de la gestión organizacional. Básicamente esto es consecuencia de una transformación interior que han experimentado las personas y las impulsa a trabajar en la temática.

En base a lo anterior, el equipo de investigación ha identificado y definido conceptualmente diferentes momentos por las que podría atravesar una organización hasta ser socialmente responsable.

1. *Indiferencia*: las organizaciones en este momento se encuentran enfocadas en los resultados que generan con su actividad principal, básicamente: ganancias, rentabilidad, factores económicos y demás atinentes a su razón de ser. Este enfoque hace que se deje de lado a la sociedad que la rodea y condiciona, por lo que no se identifican ni atiende a los grupos de interés de la organización.
2. *Legal*: la organización considera al medio que la rodea sólo a los fines de dar cumplimiento a requerimientos legales u obligatorios. Existe una preocupación para ser la organización legalmente correcta, cumpliendo con las obligaciones legales atinentes a su actividad y otras específicas del entorno en donde se desenvuelve.
3. *Sensibles*: la organización es consciente de que realiza transacciones con terceros que conforman un ambiente y se sensibiliza ante las necesidades y/o carencias que estos manifiestan. En este momento identifica a algunos de sus grupos de interés y aporta a la solución de las necesidades y/o carencia a través de la donación de recursos, desplegando de esta manera una actitud filantrópica. Existe un contacto, comunicación pero sin involucramiento total entre las partes.
4. *Socialmente responsable*: en esta instancia la organización ha comprendido el significado de la RS y trabaja para que éste atravesase transversalmente todo su accionar. De manera proactiva se abordan, además de las cuestiones económicas, los aspectos sociales y ambientales. La organización se caracteriza por responder conscientemente y con un involucramiento pleno ante los impactos que produce en la sociedad, diferenciándola de los grupos de interés.

Ilustración 3. Momentos en el camino hasta ser socialmente responsable.



Fuente: Elaboración propia.

La Investigación: metodología

Conscientes de la interdependencia sistémica y considerando que la adhesión al nuevo paradigma de la responsabilidad social opera en primer lugar en las personas, quienes son responsables de llevarlo a las organizaciones, interesa a los fines de la presente investigación conocer en qué medida las organizaciones realizan acciones de RS con el medio que las rodea, la relación que guardan las actividades desarrolladas con lo que dicen saber el o los máximo/s dirigente/s⁹ de la organización a lo que se refiere hablar de la responsabilidad social.

Además profundizar en cómo se acciona¹⁰, cuál es el eje de las acciones, a quién se busca beneficiar con las mismas, si se realizan de modo individual por la organización o de manera conjunta con otras organizaciones y cuál es la motivación que estimula a la organización a realizar estas acciones.

Este objetivo específico se corresponde con el objetivo mayor del proyecto, que es, evaluar la conducta que asumen las organizaciones de Villa María en materia de Responsabilidad Social. A los efectos de alcanzar el objetivo general del proyecto se desarrolló una investigación cuantitativa. Para lo cual se elaboró una encuesta estructurada, destinada a relevar diversas organizaciones objetos de estudio: asociaciones, fundaciones, empresas, entre otras.

El estudio cuantitativo requirió entre otras cosas la determinación de la población de estudio, lo cual implicó listar las organizaciones de Villa María considerando la definición asignada por el equipo de trabajo al término "organizaciones". Cabe destacar que dicha base de datos fue estratificada de acuerdo a los rubros generales¹¹ de la actividad a los fines de obtener resultados más específicos en el análisis y procesamiento de datos.

El universo de organizaciones ascendió a 6449. Sin embargo al tomar como criterio de selección la disponibilidad de datos de contacto telefónico, la base de datos se redujo a 5586 organizaciones de la ciudad de Villa María, de las cuales 380 conformaron la

⁹ Máximo dirigente: persona capaz de tomar decisiones e influir en los destinos de la organización.

¹⁰ Las acciones abordadas son aquellas entendidas por el interlocutor como pertenecientes a iniciativas de responsabilidad social.

¹¹ Rubros generales: comercial, de servicios, industrial, entre otros.

muestra y 188 fueron contestadas satisfactoriamente. Este proceso de recogida de información fue realizada por un equipo de encuestadores profesionales bajo la coordinación del Observatorio Integral de la Región de la Universidad Nacional de Villa María.

La selección de las organizaciones se realizó en dos modalidades: intencional y aleatoria. Correspondiéndose con la población en estudio, la muestra del proyecto contempla trescientas ochenta (380) organizaciones de las cuales, ciento ochenta (180) fueron seleccionados mediante el método intencional en función a su representación social y comercial en su respectivo rubro general. El resto de las organizaciones contempladas en la muestra, que no se seleccionaron mediante la modalidad anterior, fueron sometidas a la selección mediante una frecuencia elegida al azar y partir de una tabla de números aleatorios.

Del total de encuestas satisfactoriamente realizadas el 76% son empresas, entendiéndose por las mismas a aquellas organizaciones con fines de lucro. El 24% restantes son organizaciones no contempladas en la categoría de empresa, tales como instituciones educativas, asociaciones, fundaciones, cámaras de comercio, entre otras organizaciones de la sociedad civil sin fines de lucro.

Respecto a las empresas se puede decir que el 49% son “empresas familiares”. Esta denominación se le asigna a aquella empresa que surge en el seno de una familia y suele estar constituidas por varios miembros de un grupo familiar.

El estudio cuantitativo de dicha investigación avisto las siguientes características:

Tabla 1. Ficha técnica de la investigación

Naturaleza metodológica	Cuantitativa exploratoria.
Población objetivo	Todas las organizaciones de la ciudad de Villa María (todo tipo de organizaciones: empresas, instituciones, ONGs, etc.).
Elementos de muestreo	Organizaciones de la ciudad de Villa María
Error muestral	Menor o igual a 0,025 con 95% de confianza, para fenómenos presentes en la población con una frecuencia de ocurrencia del 50%.
Técnica metodológica	Encuesta telefónica. Cuestionario estructurado, de aproximadamente 10 minutos de duración. • Primera parte: datos generales de la organización. • Segunda parte: prácticas de RS.
Unidades de muestreo	Personas
Ámbito geográfico	Ciudad de Villa María
Tamaño de la muestra	380 casos
Procedimiento de muestreo	• 180 fueron seleccionada mediante el método intencional en función a su representación social y comercial en su respectivo rubro general. • 200 organizaciones sometidas a la selección mediante un método aleatorio.
Período de recolección	Del 10 al 24 de noviembre de 2015.
Ente que realizó la encuesta	Observatorio Integral de la Región. Investigaciones y Estudios Estadísticos del Centro del País. (OIR).

Fuente: Elaboración propia

En lo que se refiere al diseño y validez de las herramientas de recolección de datos, la información para el estudio y análisis del proyecto se recabó a través de encuestas telefónicas dirigidas a gerentes o mandos intermedios o directivos responsables de la conducción general de las organizaciones, lo que se ha definido como máximo dirigente de la organización.

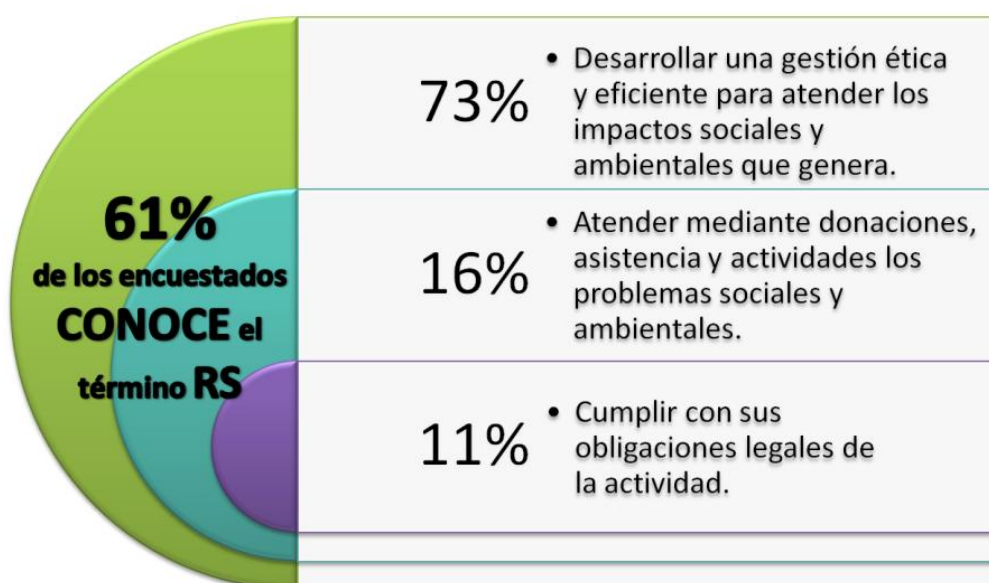
La encuesta inicial surge a partir del análisis de contenido validado por el equipo de investigación. Una vez diseñado el mismo, y con el propósito de garantizar su calidad formal y de contenido, un grupo de quince (15) personas, representantes de quince (15) organizaciones de diferentes tamaños y sectores se encargó de revisarlo y validarlos mediante su contestación. Cabe destacar, que esta validación del instrumento de recolección de datos se llevó a cabo mediante entrevistas semiestructuradas para favorecer la interacción con el entrevistado y la incorporación al cuestionario de posibles contenidos adicionales.

Tras un proceso de depuración de la encuesta inicial se llegó a un cuestionario final de 22 preguntas estructuradas en dos secciones:

Sección 1: Datos generales de la organización: Este apartado incluye información general sobre la persona entrevistada y la empresa que por su intermedio representa, tales como tamaño y el sector de actividad de la organización, la condición de empresa familiar en caso de empresa, y las características de edad, género y máximo nivel de educación alcanzado de las personas que dirigen las organizaciones. Esta sección incluye además un su apartado que contiene dos cuestiones en la que se solicita información acerca del conocimiento que los entrevistados poseen sobre el termino de responsabilidad social y si, las correspondientes organizaciones realizan o no practicas o actividades que fundamentan al accionar responsable.

Sección 2: Prácticas de Responsabilidad Social: esta sección solo se llevara a cabo en la medida en que el entrevistado haya contentado, que efectivamente la organización que por su intermedio representa desarrolle acciones o actividades de responsabilidad social. De este modo esta contempla diferentes cuestiones respecto al desarrollo de prácticas de responsabilidad social, tales como el motivos que moviliza a su realización, a quienes (grupo de interés) van dirigidas, en que temática se realizan frecuentemente, si se realizan en forma individual o colectiva con otras organizaciones y como percibe el entrevistado el impacto de dichas acciones o prácticas.

Ilustración 4. ¿Qué se entiende por Responsabilidad Social?



Fuente: Elaboración propia

Hallazgos

Los máximos dirigentes de las organizaciones saben de qué se habla cuando se hace referencia a la responsabilidad social. Esto se respalda en el 61% de los encuestados que afirmó conocer la definición de responsabilidad social, de los cuales el 73% coincidió en definir a la RS como “desarrollar una gestión ética y eficiente para atender los impactos sociales y ambientales que genera”, el 16% con la definición sugerida “atender mediante donaciones, asistencia y actividades los problemas sociales y ambientales” y por último, el 11% “cumplir con sus obligaciones legales de la actividad”.

Es por lo tanto, que a partir de este posicionamiento que las organizaciones se posiciona ante el mundo en materia de RS y define líneas de acción u omisión en la temática.

¿Quiénes realizan acciones en RS? Independientemente de la autoconciencia de conocer o no el significado de la RS los encuestados manifestaron realizar acciones. En este sentido, el 18% de quienes afirmaron no conocer el término de RS informaron haber desarrollado acciones vinculadas en la temática. Mientras que el 54% de los encuestados que indicaron conocer el término de RS informaron haber desarrollado acciones vinculadas con la misma.

*¿Cómo se acciona?*¹² Los encuestados en su mayoría manifestaron que sus organizaciones se esfuerzan por materializar actividades que se categorizaron como “diálogo e involucramiento con la sociedad”; el 49% de los encuestados compartió esto.

Bajo esta categoría se hace referencia a iniciativas que promueven un acercamiento a la comunidad procurando satisfacer necesidades a través del otorgamiento de ayudas económicas o facilitando el uso de ciertos recursos. Se agrupan actividades particulares, mencionadas por los encuestados, como las siguientes en esta categoría: entrega de becas de estudio, ayuda a instituciones de niños y jóvenes con discapacidad, préstamo de

¹² Las acciones abordadas son aquellas entendidas por el interlocutor como pertenecientes a iniciativas de responsabilidad social.

instalaciones edilicias, actividad inclusión social festival de música (Conci, Peccoud & Moine 2016).

En segundo lugar los encuestados manifestaron promover “acciones de formación y concientización”, ello en un 14%. Se entiende por tal iniciativas en materia educativa, charlas en colegios referentes a temas de prevención y capacitación, además de capacitaciones y acciones de prevención en materia de responsabilidad social y/o temáticas a fines a la razón de ser de la organización (Conci et al, 2016).

Entre las acciones que son realizadas por menos del 10% de los encuestados o que se realizan con menor frecuencia figuran:

- “Reciclado y reutilización de recursos” (9%): reciclado y reducción de papel, desperdicios se envían a otra empresa en forma gratuita para reciclar.
- “Gestión de recursos ambientales y energéticos” (8%): reducción de consumo de energía, aprovechamiento de recursos naturales para generar energía, entre otros.
- “Interés por el individuo y su integridad” (5%): brindar ayuda ante siniestros o situaciones de emergencia, asistencia a grupos poblacionales en vulnerabilidad
- “Reducción de insumos” (3%): como disminuir el consumo de energía, agua y/o papel.
- “Participación en iniciativas reglamentarias” (2%): promover la sanción de reglamentación en la materia.

¿Cuál es el eje de las acciones? En esta instancia interesa conocer cuál es la temática dentro de las que se encuadran las mismas. En un 24% la salud y calidad de vida es el aspecto con el que más trabajan las organizaciones, en segundo lugar (21%) el medio ambiente, el tercer lugar (17%) la educación. Otras temáticas con menor importancia trabajadas son seguridad social, arte y cultura, deporte y recreación, desarrollo socio-productivo, violencia y otros (Conci et al, 2016).

¿Se dirigen a alguien en especial? De acuerdo a la investigación de Conci et al (2016) el 95% de las acciones se dirigen a personas, el 1% a mascotas y el 4% restante a otros no especificados. Dentro del universo humano, el target de las acciones es la “comunidad en general” (43%), luego los niños (18%), el personal de la organización (13%) y los jóvenes (12%). Estratos como adultos mayores, personas con capacidades diferentes, son relativamente más importantes que las mujeres al momento de elegirlos como beneficiarios de las acciones de RS.

¿Cómo se trabaja? En su mayoría, las organizaciones realizan las acciones de RS en forma individual (62%) en contraposición a un 25% que afirma realizar ciertas acciones en forma conjunta con otras organizaciones. A pesar de esto, existen situaciones en que las organizaciones combinan ambas alternativas de trabajo (en un 13%) para intervenir en el medio (Conci et al, 2016).

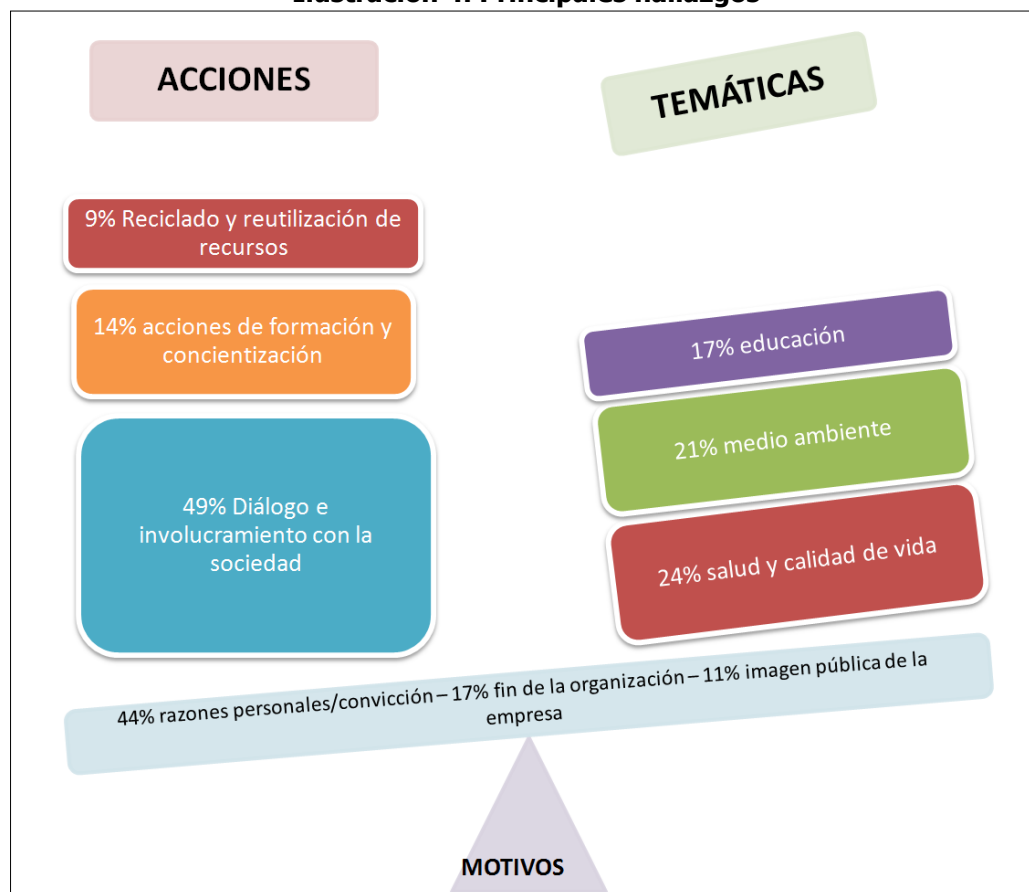
Por último, interesa conocer el motivo manifiesto por el que los máximos dirigentes de las organizaciones deciden accionar en RS con su público de interés y/o la sociedad.

¿Qué estimula? Ante este interrogante, los encuestados afirmaron trabajar en la materia por “razones personales – convicción ética” en un 44%. Un 17% por tratarse de

un “fin de la organización”, asociándose esta respuesta en un amplio porcentaje con organizaciones de la sociedad civil (Conci et al, 2016).

En el mismo sentido, las acciones de RS se consideran un factor motivacional capaz de influir en la imagen pública de la empresa, esto es en un 11%. Un resultado que invita a la reflexión, es la afirmación de que los “aspectos legales-jurídicos” representan el 10% de los motivos para incursionar en RS. Entre otros factores motivacionales, se mencionaron otros no especificados (9%), económicos (5%), comercial (3%) y tributario-impositivo (1%). (Conci *et al*, 2016).

Ilustración 4. Principales hallazgos



Fuente: Conci *et. al.* (2016)

Conclusiones

Contemplar la visión holística y sistémica para comprender que la dinámica de ser y existir de una organización, es imprescindible para entender la significancia que asume una conducta socialmente responsable. Una organización socialmente responsable supone una conducta organizacional reflexiva sobre los impactos generados por sus decisiones y actúes y, la consecuente respuesta ante ellos.

Ampliar la mirada hacia los impactos que genera la organización, considerar acciones tendientes a disminuir la incidencia en las repercusiones negativas que se produjeran y planificar acciones tendientes a un desarrollo social y ambiental amerita un proceso complejo. Este proceso de incorporación de la conducta socialmente responsable en el actuar cotidiano, significa un proceso de transformación tanto en el plano personal

como organizacional. Sin lugar a dudas, el cambio organizacional es, por lo tanto, consecuencia de un cambio individual de las personas que la conforman.

Centrando nuestro interés en el proceso de transformación de las organizaciones hemos identificado tres etapas por las que la misma atraviesa y supera para convertirse en una organización socialmente responsable. Éstas se asocian a momentos que pueden resumirse como de: indiferencia, obligación y sensibilización social.

La indiferencia presume un momento al que podemos llamar “cero”, en el que se muestran insensibles a las consecuencias de su actuar en la sociedad. Denotando un interés por cumplimentar con las exigencias legales propias de la organización, ésta supera la etapa de indiferencia, y se emerge a la etapa de obligación. Cuando la entidad se considera económicamente viable y organizativamente estable surge en sus directivos la sensibilización frente a los impactos generados por la organización. Tras la estimulación producida por la sensibilización florece la inquietud de desarrollar una conducta socialmente responsable. Queda expuesto de este modo, la incidencia del actuar de los directivos de una organización para que la misma desarrolle una conducta socialmente responsable.

Si quienes tienen el compromiso de conducir las organizaciones, no se muestran interesados por cumplimentar con las exigencias legales propias de la organización ni sensibles frente a los impactos generados por la entidad, jamás florecerá la inquietud de desarrollar una organización que amerite una conducta socialmente responsable. Por lo tanto, la responsabilidad social es una forma de “ser”, que supera al “parecer” y al “deber ser”, asumida primeramente por quienes tienen el compromiso de conducir las organizaciones para luego ser transmitida al conjunto de seres humano que la conforman y determinan.

En este sentido, y tras los resultados del trabajo de campo desarrollado por el equipo de investigación, se ha observado que en la ciudad de Villa María las acciones de responsabilidad social de las organizaciones se caracterizan por desarrollar actividades filantrópicas y acciones esporádicas que respetan o no alguna periodicidad. Por ejemplo, en el día de la salud realizar alguna actividad de concientización.

Esto llevó al equipo de trabajo a confirmar que, aún cuando en la ciudad de Villa María hay organizaciones que se ostentan como organizaciones que han adoptado una conducta socialmente responsable, muchas de ellas sólo muestran interés en cumplimentar obligaciones legales y responder con acciones filantrópicas y/o esporádicas, que respetan o no alguna periodicidad.

Referencias bibliográficas

- Argüello Zepeda Francisco José, Delgadillo Guzmán Leonor, García Iturriaga Sergio Luis (sin fecha). El papel de las organizaciones socialmente responsables: Algunas experiencias sustentables. Sociedad, conflicto y ambiente. 6-19. ISSN: en trámite.
- Blanco Reyes, Irina del Carmen y Cervantes Aparicio Wilma (2011). "Responsabilidad Social del Revisor Fiscal Frente al Medio Ambiente" (Monografía de Grado). Universidad de Cartagena de la Facultad de Ciencias Económicas, Programa de Contaduría Pública – Espec. Revisoria Fiscal, Cartagena de Indias D. T y C.
- Cammarota, Estela y Berenblum, Daniel. (sin fecha). Responsabilidad Social Empresarial y Gerencia Social: Partícipes necesarios para el Desarrollo Humano. Universidad Nacional de La Plata. Rescatado de http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/responsabilidad_social_empresarial_y_gerencia_social_participes_necesarios_para_el_desarrollo_humano_estela_cammarota_y_daniel_berenblum.pdf
- Castrillón Carlos Tello, Rodríguez Córdoba María del Pilar. (2014) Categorías conceptuales para el estudio de la responsabilidad social organizacional. *Hallazgos*, 11 (22), 119-135. ISSN electrónico: 2422-409X.
- Chirinos, María Eugenia. Fernández, Lizyllen. Sánchez, Guadalupe (2012). "Responsabilidad Empresarial o Empresas Socialmente Responsables". *Razón y Palabra*, 17 (81), 29-44. ISSN: 1605-4806.
- Conci María Cecilia, Peccoud Cledis, Moine María Beatriz y otros (2016). "Realidad de la Responsabilidad Social de las Organizaciones (RSO) en Villa María". Universidad Nacional de Villa María.
- Herrera Madueñoa Jesús, Larrán Jorgea Manuel, Lechuga Sanchoa María Paula, Martínez Martinez Domingo (2016). "Responsabilidad social en las pymes: análisis exploratorio de factores explicativos". *Revista de Empresa Familiar*, 19(1), 31-44. ISSN: 1138-4891.
- Herrera Madueñoa Jesús, Larrán Jorgea Manuel, Martínez Martinez Domingo. (2012) "Relación entre responsabilidad social y performance en las pequeñas y medianas empresas: Revisión bibliográfica". *Cuadernos de Gestión*, 13 (2), 39-65. ISSN: 1131-6837.
- Lara Rosano, Felipe (sin fecha). Organizaciones complejas. Centro de Ciencias Aplicadas y Desarrollo Tecnológico (CCADET). Centro de Ciencias de la Complejidad (C3). Recuperado de http://conceptos sociales.unam.mx/conceptos_final/385trabajo.pdf
- Raufflet Emmanuel, Lozanno Aguilar José-Félix, Barrera Duque Ernesto, García de la Torre Consuelo (2012). "Responsabilidad Social Empresarial". México: Pearson Prentice Hall.
- Richard Hall (1983). "Organizaciones: estructura y procesos". México: Pearson Prentice Hall.
- Robbins Stephen & Coulter Mary (2005). "Administración". México: Pearson Prentice Hall.
- Vallaey, François, De la Cruz, Cristina & Sasia, Pedro M (2009). "Responsabilidad social Universitaria Manual de Primeros Pasos". México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. – Banco Interamericano de Desarrollo.