



# RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

Mar del Plata

Diciembre de 2013



# SECRETARIA DE INVESTIGACIÓN

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

Trabajo realizado por

- el Observatorio de la Ciudad
- la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad FASTA

Dra. Amelia Ramírez - Mg. Hernán Toniut



[observatorio@ufasta.edu.ar](mailto:observatorio@ufasta.edu.ar)

## Introducción

La responsabilidad social empresarial (RSE) es un compromiso, activo y voluntario, que asumen las empresas para llevar a cabo un rol destinado a mejorar las condiciones ambientales, económicas y sociales de su medio ambiente. Esta tarea social, contribuye a mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido. Se trata más de un tema estratégico a largo plazo para la obtención de valor que de una cuestión de cumplimiento de ciertas formas que favorezcan la reputación social. Desde ciertas perspectivas teóricas se habla hoy de Sustentabilidad, más que de RSE, como una noción compleja que incluye múltiples dimensiones tales como la responsabilidad social y el compromiso de desarrollo de una estrategia acorde con el escenario presente y sostenible en el tiempo.

## Objetivos

- Identificar cuál es la perspectiva que tiene la población que habita Mar del Plata con respecto al rol de la empresa en la sociedad.
- Conocer la relevancia atribuida por el consumidor a la RSE a la hora de tomar decisiones en relación al consumo.

## Muestra

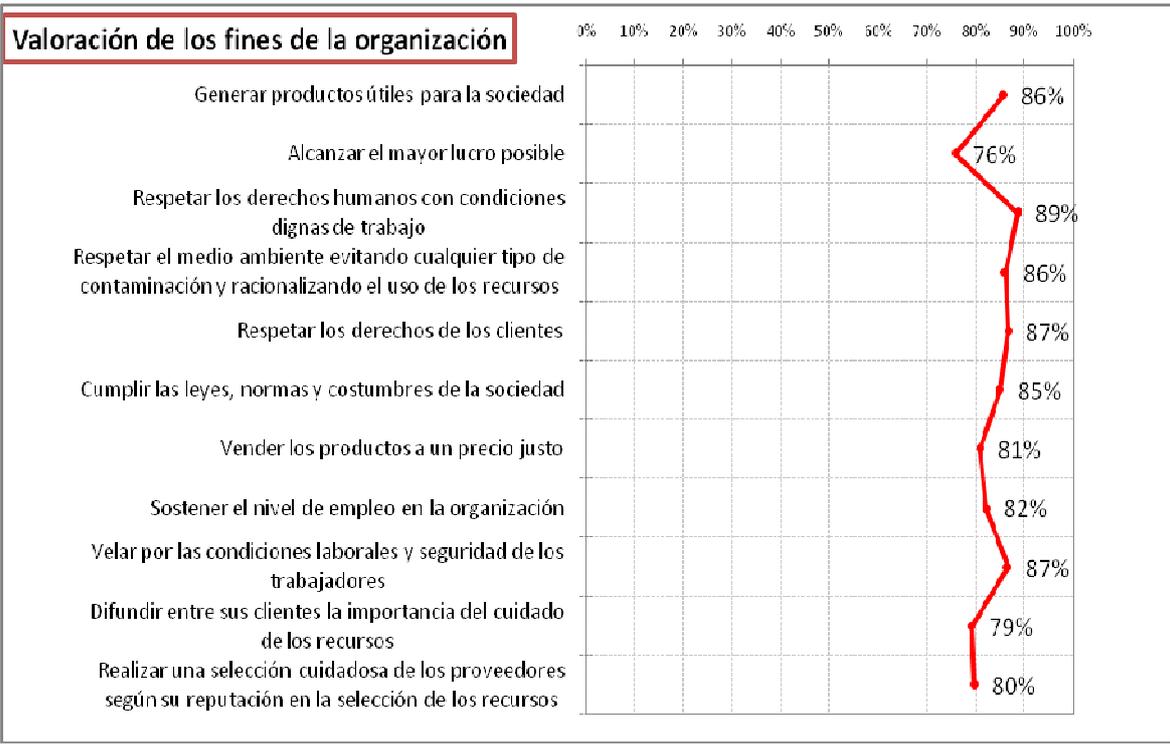
Se tomó una muestra en distintos puntos de concentración de la ciudad ubicados en diferentes zonas, constituida por 364 ciudadanos mayores de 18 años, de ambos sexos. El instrumento utilizado para la recolección de datos fue una encuesta administrada por encuestadores capacitados a tal fin.

El perfil de la muestra: mujeres y varones equilibradamente distribuidos; según edad, 40% entre 25 y 40 años; 30% menores de 25; 24% comprendidos en el rango 41 a 60, y el restante 7% por personas mayores de 61.

Se consultó a los encuestados cuál era el rol que debe cumplir una empresa en la sociedad y se presentaron opciones: económico, social, control ambiental o innovación. Las opciones más elegidas son las que atribuyen un rol social y económico; y luego el control del medio ambiente y la innovación. Una minoría, el 2% de los encuestados prefirió especificar el papel que creen que deben cumplir las empresas mencionando la generación de empleo, la respuesta a necesidades del mercado, brindar servicios y ofrecer buenos productos.



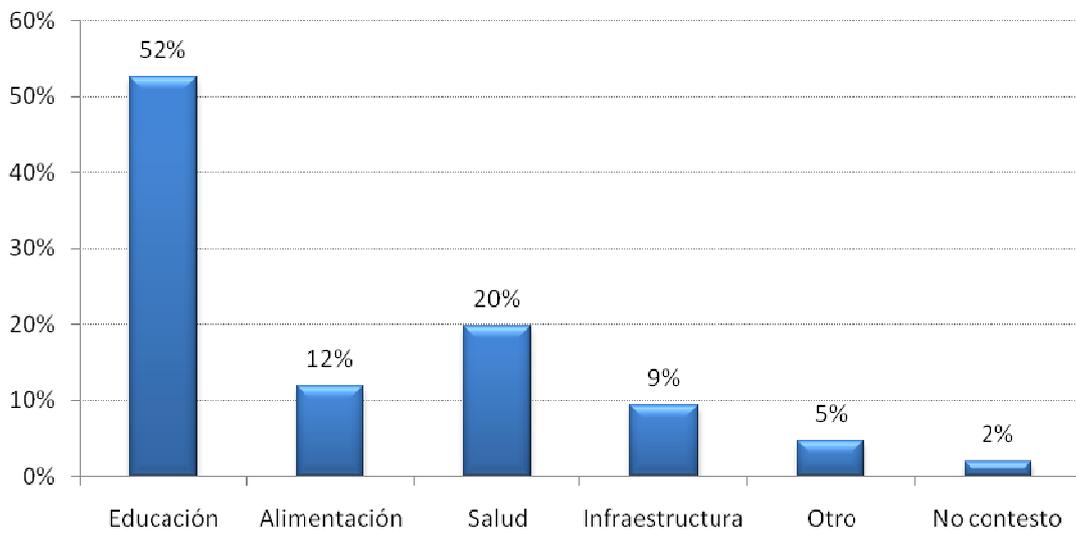
Se propuso a los encuestados que atribuyeran valor a un conjunto de afirmaciones relacionadas con el cumplimiento de los fines de una organización, afirmaciones que, según su criterio, debían valorar según su grado de importancia para el cumplimiento de los fines de una empresa. En el gráfico siguiente exponemos las afirmaciones propuestas, señalando el grado de valoración que se ha asignado a cada una. Queda evidenciado que se asignan a todas las variables un alto grado de importancia, superior a la media.



En relación a acciones que deben llevar adelante las empresas, según la opinión de la mayoría, deben estar orientadas a generar un ambiente digno y justo para los empleados; minimizar el uso de los recursos no renovables en su organización y concientizar a la población sobre problemas sociales. Una minoría consideró otras acciones como: apadrinar y colaborar con instituciones sociales, tener un comportamiento ético, exigir políticas nacionales que promuevan el desarrollo sustentable y mejorar el medio ambiente.

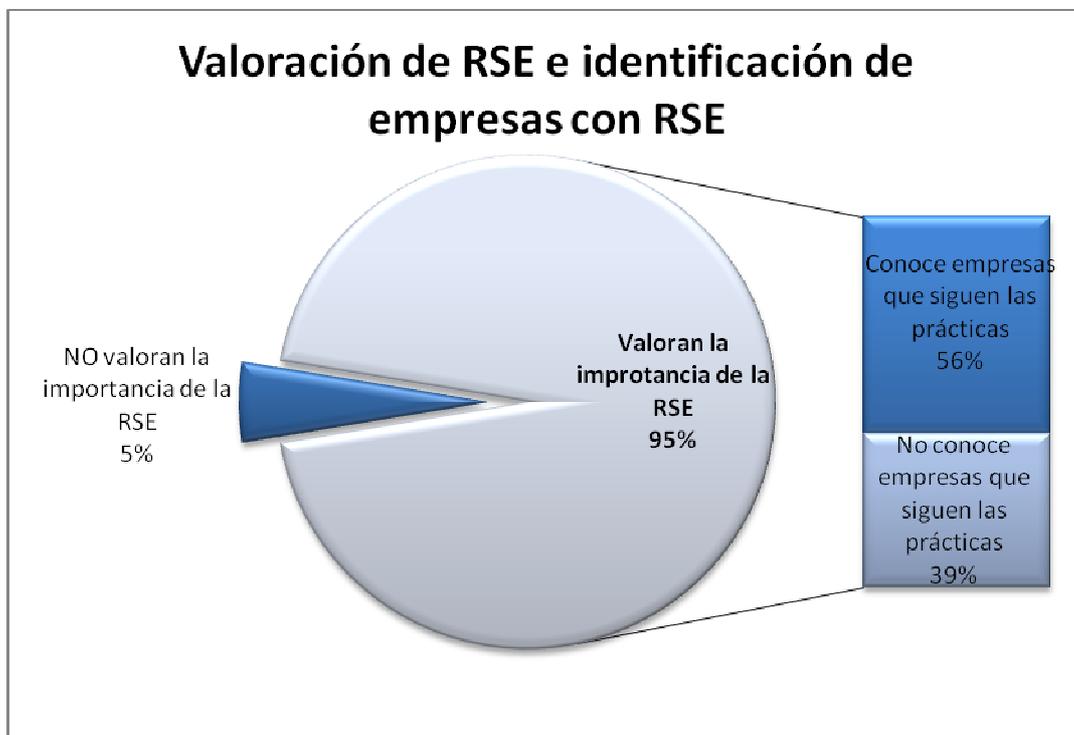
Además, cada una de estas acciones debiera estar orientada y ser desarrollada dentro de políticas empresariales relacionadas con un fin de tipo social. En este sentido, y en cumplimiento de este fin social, la mayoría prefiere que se orienten a la Educación.

## Aspectos hacia los que una empresa debiera orientar sus acciones sociales

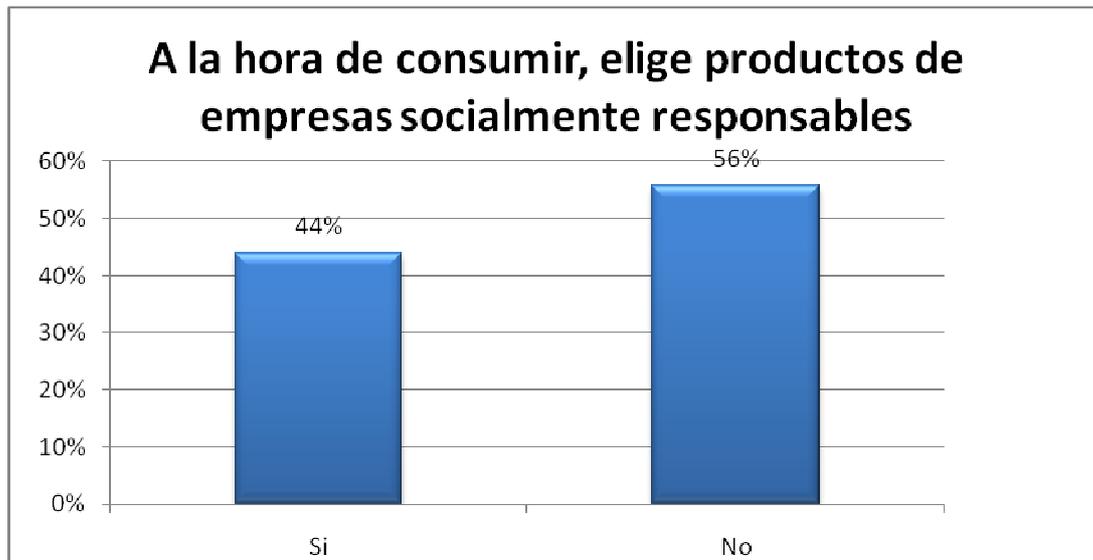


En general se atribuye importancia a las prácticas de RSE; y de este grupo la mayoría conoce empresas que hacen efectivas estas prácticas, mientras que un grupo menor no identifica empresas caracterizadas por su RSE.

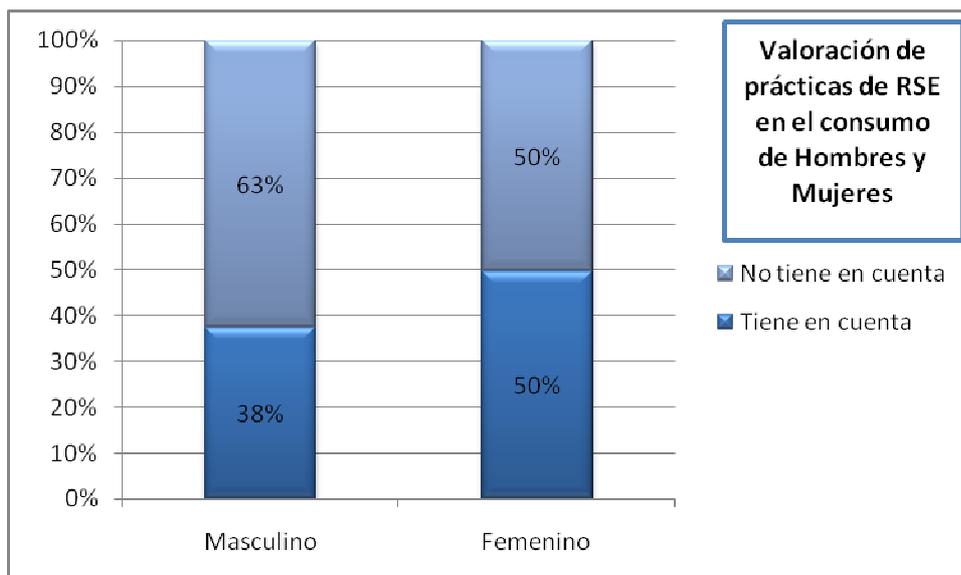
## Valoración de RSE e identificación de empresas con RSE



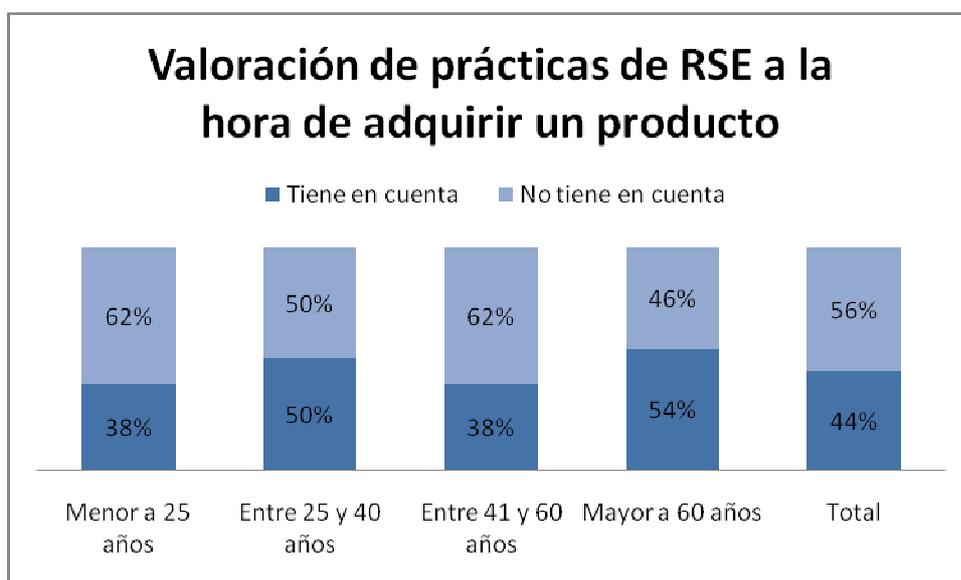
Sin embargo, más allá de la valoración positiva de la responsabilidad social empresarial, el 56% de los consumidores al tomar la decisión de compra no consideran las prácticas de las empresas y eligen productos o servicios de empresas atendiendo a otros aspectos y no a los valores éticos, el respeto hacia sus empleados y el medio ambiente.



Si diferenciamos según sexo, se observa que las mujeres son más propensas a tener en cuenta las prácticas de las empresas que los varones.



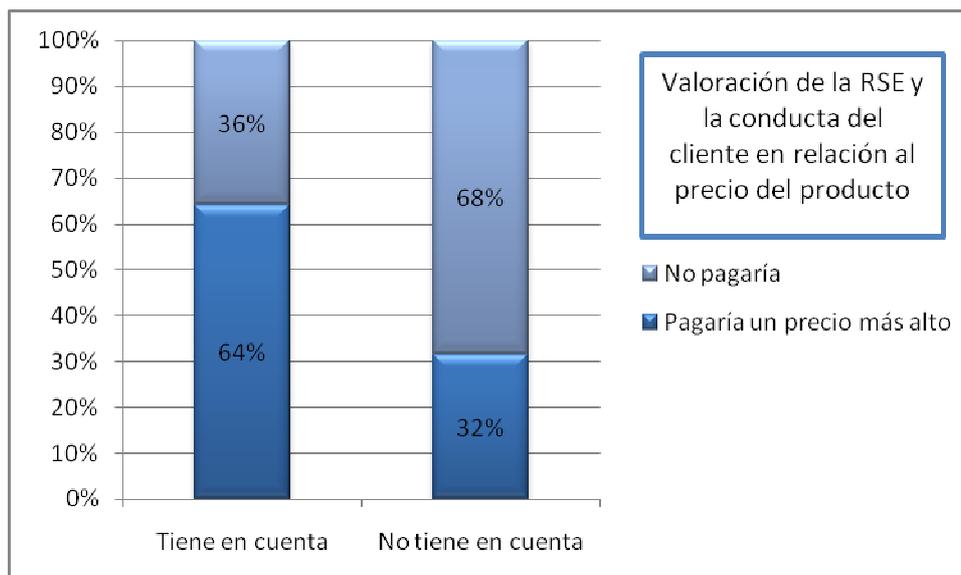
En relación con la edad, no se observan diferencias significativas; aunque puede mencionarse que, en nuestra muestra, los consumidores comprendidos entre los 41 y los 60 años manifiestan prestar mayor atención a las prácticas responsables de la empresa.



La mayoría de los encuestados expresará que estarían dispuestos a abonar un precio adicional por el valor agregado que genera la ejecución de prácticas socialmente responsables de las empresas.



Del análisis resulta que aquéllos que estiman que la función de la empresa en la sociedad va más allá del lucro individual y que valoran que su accionar sea responsable en relación con el entorno social y ambiental, estarían dispuestos a reconocer el valor agregado de éstas prácticas a través del consumo de productos ofrecidos a un mayor valor.



En el cuadro siguiente se presentan las respuestas más representativas que justifican o no el pago de un precio más alto por aquellos productos o servicios cuyas empresas oferentes desarrollen son consideradas socialmente responsables.

Por qué sí...	Por qué no...
Los valores de la empresa generan confiabilidad en la misma y la calidad de lo que ofrece. Pagaría por mayor calidad.	Respetar esas prácticas debiera ser una obligación y no algo extra del producto que lo encarezca.
Siempre que los costos no sean mucho más elevados pero respete la calidad y no afecte el uso de recursos.	Cumplir las normas tendría que ser la base de cualquier emprendimiento.
Consumiría con confianza. Es bueno saber el proceso y cómo se maneja la empresa.	Corresponde a la empresa adecuar su economía a esas prácticas.
Así me aseguro de pagar algo un poco más caro que se utilizará para un buen fin.	No corresponde al consumidor. Es un deber de la empresa preocuparse por la sostenibilidad de los recursos. Es un deber moral.
Porque considero que son prácticas fundamentales que deben tener y que a largo plazo nos benefician a todos. Además es una manera de que las demás empresas se orienten a tomar esas prácticas.	Porque sería una forma de generar más abusos por parte de las empresas. No lo pagaría porque sería una forma de alentar a las empresas a subir los precios por mejores condiciones en el trabajo.

## Conclusiones:

- ✓ El 95% de los encuestados aprecian a aquellas empresas que llevan a cabo prácticas responsables. De este porcentaje, el 56% conoce empresas que las practican.
- ✓ Los encuestados consideran que el rol de una empresa no debe ser solo económico, sino social.
- ✓ Al destacar un aspecto al que debieran orientarse las acciones sociales de las empresas, eligen mayoritariamente a la educación.
- ✓ A pesar de la valoración positiva de la RSE, un porcentaje significativo no tiene en cuenta el cumplimiento de prácticas responsables por parte de la empresa al tomar la decisión de compra de productos o servicios.
- ✓ Quienes tienen en cuenta y valoran acciones de RSE en las empresas, están dispuestos a abonar un precio mayor para adquirir bienes o servicios de empresas responsables

socialmente. Un aumento de precios en los productos generado por el aumento de costos relacionados con prácticas de RSE, sólo será aceptado por aquellos consumidores que valoran las acciones de RSE por parte de las empresas.

Sin duda, la cuestión de la RSE o bien de la Sustentabilidad, es aún objetivo que exige el compromiso de la sociedad globalmente y de los diversos actores en particular.