

# CONSULTORA DE RSE PARA PYMES

## *Actitud Positiva*

El presente proyecto sienta las bases para la creación y puesta en marcha de una CONSULTORA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA con el objeto de asesorar a las Micro, Pequeñas y Medianas empresas para generar acciones de responsabilidad social empresaria y/o incrementar las acciones ya implementadas. Creemos fundamental en el contexto actual, difundir la temática y capacitar a los empresarios para que respondan a la actual demanda social que pide a gritos un cambio de paradigma.

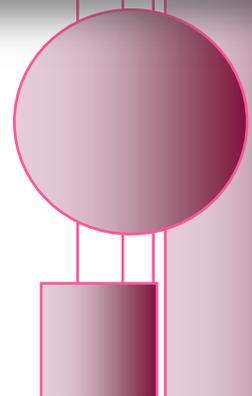
EL MOMENTO DE EMPEZAR ES HOY...

This project lays the funds for the creation and implementation of a consulting corporate social responsibility in order to advise the Small and Medium Enterprises to build corporate social responsibility actions and / or increase the actions already implemented.

We believe that it is fundamental in the present context, the thematic spread and train entrepreneurs in order to respond to the current social demand that cries out for a paradigm change.

THE TIME TO START IS RIGHT NOW...

- Alicia Lamberti
- Angélica Heimer
- Bárbara Torres
- Fátima González
- Graciela Mazzola



# CONSULTORA RSE PARA PYMES

## SECCION PRELIMINAR

### Resumen

El presente proyecto sienta las bases para la creación y puesta en marcha de una CONSULTORA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA en el marco de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora con el objeto de asesorar a las Micro, Pequeñas y Medianas empresas para generar acciones de responsabilidad social empresaria y/o incrementar las acciones ya implementadas.

Con la idea de implementar planes de RSE acordes a las necesidades de cada empresa, se busca concretar la conformación de dicha consultora bajo la dirección de alumnos avanzados y graduados en ciencias económicas.

Dicho proyecto se divide en tres grandes etapas, una primera de investigación, una segunda etapa de ensayo (denominada etapa preliminar), y una tercera etapa de concreción de la consultora en Responsabilidad Social empresaria (RSE)

La ejecución práctica del proyecto comienza en la etapa preliminar, donde se comenzara con el asesoramiento directo a empresas. La consultora será la concreción tangible del proyecto en su máxima expresión.

Este asesoramiento ambicionará contemplar las necesidades y posibilidades de dichas empresas, ya que somos conscientes de que cada empresa es diferente, y que cada una de ellas cuenta con una cultura diferente, recursos diferentes, y por ello, posibilidades de concreción diferentes. Al mismo tiempo resultará mucho más sencillo implementar los planes de RSE que mejor se adapten a la realidad de la empresa, y no intentar copiar e implementar opciones, que si bien pudieron ser muy bien aceptadas en otras organizaciones, responden a realidades diferentes.

#### Keywords

*Corporate Social Responsibility- CSR-SME- University - Consultancy-Training-right staff treated -fairly clean-treatment with the consumer-Commitment to public interest cases-Demand Social Care -environment- Amartya Sen -UNLZ*

#### Palabras Claves

*Responsabilidad Social empresaria- RSE- Pymes- Micro Pymes- Universidad- Consultoría- Capacitación- Trato correcto con el personal- Trato limpio con el consumidor- Compromiso con causas de interés público- Demanda Social- Cuidado del medioambiente- Amartya Sen- UNLZ*

Básicamente la **etapa preliminar del proyecto** consta de 3 sub-etapas que analizaremos en profundidad más adelante:

- ✓ Evaluación de la situación actual de la organización
- ✓ Capacitación y presentación de propuestas
- ✓ Seguimiento y retroalimentación



Cada una de ellas pensada para hacer una propuesta acorde a la realidad de las empresas, sustentable en el tiempo y que brinde información necesaria para mejorar continuamente.

En una etapa más avanzada pretendemos desarrollar de manera formal una **CONSULTORA DE RSE**. La misma será uno de los brazos de la Extensión Universitaria de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNLZ, y una de las concreciones sostenidas en el tiempo del Programa Premio Amartya Sen.

Esta segunda etapa ampliará el campo de acción, no solo en referencia a la cantidad de organizaciones objeto de asesoramiento, sino en acciones a implementarse, entre las que se destacan:

- ✓ Diagnósticos referidos a RSE aplicada en las empresas
- ✓ Asesoramiento personalizado a las empresas interesadas en crecer en su RSE
- ✓ Difundir los conocimientos referidos a la RSE mediante la organización de Jornadas Anuales de la disciplina
- ✓ Campañas Anuales de RSE sobre una temática en particular



## PARTE I- INTRODUCCION

### 1.1. Planteo del problema

El objetivo del proyecto será el asesoramiento y capacitación en micro, pequeñas y medianas empresas sobre la aplicación de Responsabilidad Social Empresaria (RSE).

Buscamos concientizar a las empresas de que la RSE es cada vez más necesaria y que no se necesitan grandes inversiones o gastos para implementar un buen plan de RSE.



Hoy la RSE constituye un pilar fundamental para afrontar los grandes problemas sociales, como la pobreza, la exclusión y la marginación. Problemas originados en crisis, surgidas de conductas amorales como la corrupción. Dichas conductas generan consecuencias gravísimas en la sociedad: insalubridad, deserción escolar e inseguridad son solo algunos ejemplos, que afectan tanto a la ciudadanía como al futuro empresarial y estatal.

Pero no se acaba allí. Se suman a los problemas sociales actuales, los problemas medioambientales. Los desastres climáticos existen, y son la demostración fáctica de que el mundo nos está diciendo que es tiempo de frenar con la vorágine del capitalismo desmedido. Es tiempo de repensar el modo de relacionarnos con los recursos naturales, es momento de internalizar los costos y no hacer que el mundo pague las consecuencias, porque cuando el planeta diga basta no habrá vuelta atrás.



Todo esto es lo que origina la necesidad de actuar, y constituye las bases en las cuales se asienta la generación del presente proyecto.

Se intenta modificar el entorno, a través de la acción coordinada de las pequeñas empresas, que ejercerán una influencia positiva en el mismo, generando un círculo virtuoso donde “todos ganen”, logrando la tangibilización de las acciones de responsabilidad social.

Es imperioso empezar a concientizar a todos los actores sociales sobre su responsabilidad social. El mundo pide a gritos un cambio de actitud, un cambio de paradigma. Hoy se da a nivel global un cambio radical en el modo de ver a las empresas. La Visión de la empresa no debe estar acotada a una visión financiera y



cortoplacista, donde prevalezcan las decisiones basadas en el aumento de las utilidades aun a costas de cuestiones fundamentales para el desarrollo de la sociedad.

Estela Cammota y Daniel Beremblum al hablar de las empresas dicen que “son actores de gran importancia que ocupan lugares significativos en las comunidades”<sup>1</sup> y sigue “absorben mano de obra y le dan sentido a las vidas de los trabajadores que, a partir de la esperanza que brinda una ocupación, pueden soñar con un futuro mejor”.

Hoy las empresas deben mirar hacia el futuro y enfocarse en el desarrollo sustentable. El bienestar social no es solo responsabilidad del Estado. Ya no se puede obviar la función social que deben cumplir las empresas. La sociedad pide a gritos respuestas.

Las empresas deben responder a ese llamado, ya que la misma sociedad que reclama estos cambios es aquella que le permitió llegar hasta donde se encuentra. Las empresas, como entes dotados de mayor poder deben hacerse cargo de la posición que ocupan en la sociedad. Es un deber ético, pero también es una responsabilidad inherente, ya que como tales, tienen la capacidad de influir en la sociedad, y es su deber ejercer una influencia positiva.

Según Bernardo Kliksberg se deben plantear varios ejes:

- ✓ Trato correcto a su personal.
- ✓ Trato limpio con el consumidor.
- ✓ Cuidado del ambiente.
- ✓ Coherencia en la aplicación de su código de ética.
- ✓ Compromiso de la empresa con las grandes causas de interés público.

La empresa implementando esto además de recibir una mayor aceptación de sus productos y servicios y la mayor fidelización de los clientes, será retribuida con un entorno más sano y pacífico, con mayor seguridad, colaboradores mucho más motivados, con vida útil más prolongada y recursos disponibles y limpios.

Hoy ser responsables socialmente representa, tal como lo afirma Porter, una ventaja estratégica, ya que es un claro elemento diferenciador en los mercados. El dialogo con los stakeholders y la gestión participativa no solo aportan a un buen clima laboral, sino también puede generar posibilidades nuevas de negocios, al descubrir puntos de vistas inexplorados por los propios empresarios.

---

<sup>1</sup> Responsabilidad Social Empresaria y Gerencia Social: participes necesarios para el desarrollo humano



Según el Consejo Mundial de Desarrollo Sustentable la RSE es “el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida”

Lo que buscamos es lograr que las Pequeñas y Micro empresas pasen de la etapa autista a la filantrópica y luego a la RSE<sup>2</sup>

Es el camino para lograr una sociedad más justa e igualitaria. En un mundo donde el 20% más rico tiene el 86% del producto bruto mundial, y el 20% más pobre menos del 1%<sup>3</sup>, es necesario aportar aquello que esté al alcance para mejorar el entorno en donde la empresa se desarrolla. Y es una tarea de todos, y no solo de las grandes corporaciones.

Es por ello que es necesario concientizar a las empresas más pequeñas que hoy, ser responsable socialmente, es mucho más que ser solidarios, y que puede convertirse en una ventaja estratégica, y en una herramienta para el crecimiento sostenible.

Los programas de responsabilidad social corporativa no tienen por qué generar un costo inalcanzable para las pequeñas compañías. Basta adecuar los programas a la realidad actual de la empresa, para que puedan generar los efectos positivos buscados, tanto en la sociedad como hacia adentro en la empresa, generando beneficios a lo largo del tiempo. Generando un marketing positivo y que se retroalimenta a sí mismo.



<sup>2</sup> Etapas que puede atravesar una empresa según Bernardo Kliksberg

<sup>3</sup> Bernardo Kliksberg- “Escándalos éticos”



## 1.2. Alcance

### Metas

Se busca implementar fehacientemente planes de responsabilidad social con resultados medibles y cuantificables en el mediano plazo (de aquí a 2 años por ejemplo)

Es por ello que cada plan de RSE debe ser diseñado a la medida de la microempresa y dentro de sus posibilidades (no solo medida en términos financieros, sino también basándonos en los recursos disponibles como personal capacitado, tiempo disponible, etc.)

Para ello es necesario diagnosticar muy bien la situación actual, para poder pensarla y convertir cada programa en un programa realista y alcanzable.

En la primera etapa del proyecto (denominada etapa preliminar) se desea implementar programas concretos que orienten a la gestión de la empresa a una gestión comprometida socialmente en **10 microempresas y/o pequeñas empresas en el término de 2 años.**

En una segunda etapa se ampliará el objetivo, tras la conformación de una verdadera consultora en RSE para Pymes.

Se ha decidido optar como unidad de análisis por la **micro y la pequeña empresa**, debido a que son ellas las que, en la mayoría de los casos, carecen de programas formales de RSE, y que representan el 70% de la economía de los países en desarrollo. Debido a su condición de microempresa creemos también que existen menos barreras de ingreso para poder presentar nuestro proyecto.

Definimos el concepto de micro y pequeña empresa según lo marca la legislación argentina. Según la Disposición 147/2006 que modificó la Resolución N° 25/2001 de la ex Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa.

Se define como “**micro, pequeñas y medianas empresas**” a aquellas que registren hasta el siguiente nivel máximo de las ventas totales anuales, sin contar el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y el impuesto interno que pudiera corresponder, expresado en pesos argentinos, detallados en el siguiente cuadro:

<i>Tipo de empresa</i>	<i>Agropecuario</i>	<i>Industria y Minería</i>	<i>Comercio</i>	<i>Servicios</i>	<i>Construcción</i>
<i>Microempresa</i>	\$610.000	\$1.800.000	\$2.400.000	\$590.000	\$760.000
<i>Pequeña Empresa</i>	\$4.100.000	\$10.300.000	\$14.000.000	\$4.300.000	\$4.800.000
<i>Mediana Empresa</i>	\$24.100.000	\$82.200.000	\$111.900.000	\$28.300.000	\$37.700.000



### ¿Por qué trabajar sobre las PYMES?

El sector PYME en Argentina es uno de los más relevantes en la economía nacional, las pequeñas y medianas empresas superan 7-3 a las grandes firmas en la generación de puestos de trabajo. Y no es un dato menor, ya que al pensar en la PYME como mayor dadora de empleo dentro del ámbito nacional, la implementación de RSE dentro de ellas (sobre todo hacia adentro de la organización) tendría un impacto directo sobre la sociedad en general, beneficiando sobre todo a aquellos que viven en la zona de influencia.

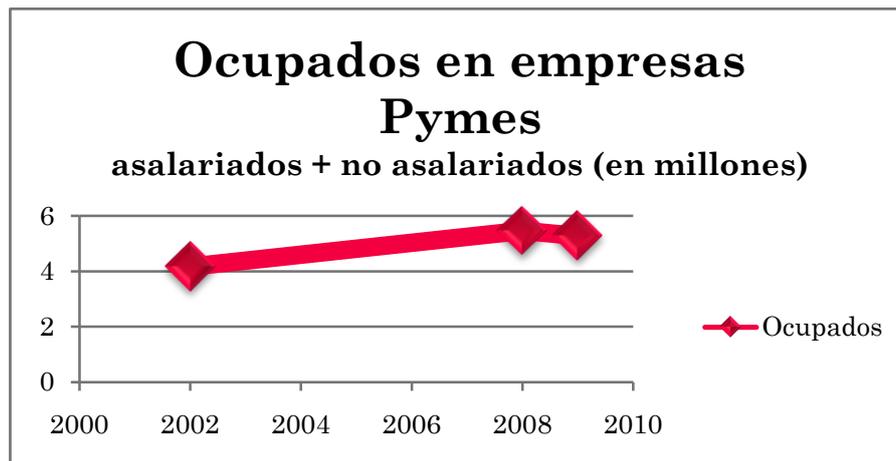
Según estimaciones realizadas, las micro, pequeñas y medianas empresas ocupaban un total de casi 6.000.000 de personas, mientras que las grandes empresas ocupaban 2.800.000 de personas (Datos del INDEC para el cuarto trimestre 2009). Estas diferencias se explican por una combinación de factores, como la alta promoción de firmas chicas que a su vez hacen un uso más intensivo del trabajo en relación con el capital.

Habría unas 472.679 empresas registradas en el país, de las cuales, solo 8.694 son grandes empresas que en general responden a capitales extranjeros, hay 463.985 empresas registradas que son micro, pequeñas y medianas empresas y que, en buena medida, ocupan una importante porción del rango de ocupados no asalariados.



<sup>4</sup> FUENTE: Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social





La predisposición casi natural que existe en Argentina al nacimiento de nuevas Pymes es elevada en relación con la mayoría de los países del mundo. Sin embargo, a lo largo del tiempo, los cambios en el entorno y la política económica fueron modificando la dinámica demográfica del sector. Según estudios del Sepyme, se han atravesado varias etapas, y en la actualidad el sector se encuentra en una etapa de crecimiento, generándose en promedio, más de 20.000 empresas (en términos netos) por año. Esto es así, ya que en los últimos siete años abrieron un horizonte de oportunidades para el nacimiento y consolidación de numerosas Pymes en Argentina, tras un ciclo más favorable para la economía productiva.



Resulta interesante agregar que la RSE es una barrera de entrada a la Globalización para las PYMES. “los mercados globales contemporáneos incorporan, con fuerza creciente, requerimientos de ética y justicia social a las empresas que desean hacer negocios en ellos. Si bien el cumplimiento de estas formalidades no resultan imperativos, los ciudadanos que conforman los mercados globales son, cada día, más conscientes de la importancia que tales valores tienen para la vida moderna en sociedad”

Hoy, las Pymes argentinas enfrentan serios retos y dilemas en materia de responsabilidad social. Por lo que deberá recorrerse un largo camino hasta que puedan alcanzar las condiciones que requieren para lograr una sustentabilidad económica y



social que les permita insertarse en los mercados globales. Estudios realizados han demostrado que sólo las empresas argentinas de mayor tamaño admiten que la participación empresaria en acciones sociales responde a políticas específicamente diseñadas para tal fin.

La interacción entre las Pymes argentinas y las ONGs aún no están presentes en una forma sistemática. Las Pymes aún no están suficientemente preparadas para un trabajo conjunto y a largo plazo comprometido al desarrollo del bienestar social.

Cada una de estas razones originan hoy la necesidad de comenzar a trabajar en este proyecto, con la firme convicción de que se podrá modificar el entorno, para que estas empresas no queden afuera del gran mercado que representa el mundo.

### Las PYMES en Gran Buenos Aires

Más de la mitad de las pymes argentinas corresponden a Capital Federal y provincia de Buenos Aires. Es destacable el crecimiento de la región.

Según estadísticas del INDEC la cuarta jurisdicción donde más nacimientos netos de empresas se registraron desde finales de 2002 fue en los partidos del Gran Buenos Aires. De acuerdo con los datos oficiales, en el período analizado se crearon 25.400 nuevas empresas, con un crecimiento del 41,9%.

Dos hechos caracterizan la dinámica empresarial de esas localidades. Por un lado, aumentó el 84,5% la cantidad de empresas vinculadas a la construcción, y por el otro, el 96,4% de las empresas localizadas en el Gran Buenos Aires son pymes, convirtiéndose junto a la Ciudad de Buenos Aires y el resto de la provincia de Buenos Aires en las regiones donde mayor concentración de pequeñas y medianas empresas se registra.

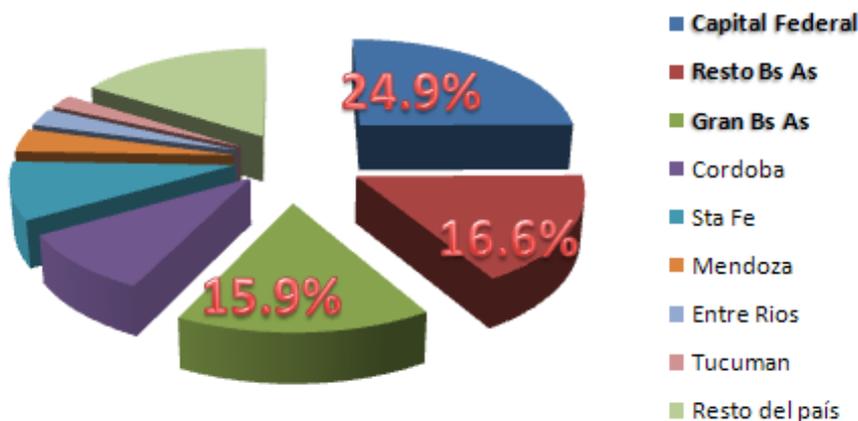
### Las Pymes en el país <sup>5</sup>

Provincia	Participación (%)	Total de Pymes
Capital Federal	<b>24,9%</b>	<b>119.839</b>
Resto Bs As	<b>16,6%</b>	<b>79.921</b>
Gran Bs As	<b>15,9%</b>	<b>76.785</b>
<b>Córdoba</b>	9,4%	45.311
<b>Sta. Fe</b>	8,9%	42.882
<b>Mendoza</b>	3,6%	17.309
<b>Entre Ríos</b>	2,7%	13.000
<b>Tucumán</b>	2,1%	10.173
<b>Resto del país</b>	16,1%	70.388
	100%	475.608

<sup>5</sup> FUENTE: Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (2002-2008)



### Total de Pymes en el País



#### Localización física

Al apoyar el programa en una **herramienta online** como es Internet, no circunscribimos la aplicación del proyecto en términos geográficos. Acotaremos su alcance en términos de cantidad de empresas a conformar la “etapa preliminar”

Pero dicha variable de análisis no se elimina por completo, ya que sería prácticamente imposible trabajar en todo el ámbito geográfico que representa la provincia, o, en términos más amplios, el país. Si bien la herramienta más utilizada para llegar a cada una de las empresas es Internet, se deben realizar visitas periódicas a los establecimientos para evaluar la efectividad de los planes implementados. Es por ello que la cantidad prefijada en las metas del programa se completara con empresas de los siguientes partidos:

- ✓ Esteban Echeverría
- ✓ Almirante Brown
- ✓ Ezeiza
- ✓ Lomas de Zamora
- ✓ Capital Federal



Si bien los partidos de Esteban Echeverría, Alte. Brown, Ezeiza y Lomas de Zamora parecen seguir un patrón que no sigue la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (ya que son partidos dentro del área de influencia de la UNLZ), La ciudad autónoma de



buenos aires es incorporada como meta ya que allí se concentran la mayor parte de las empresas, es de fácil acceso para cualquiera de las integrantes del equipo.

Igual, no debemos olvidar que el proyecto abarca la posibilidad en esta primera etapa de trabajar directamente con 10 empresas, aunque en un futuro, al consolidarse la Consultora en RSE el campo de acción se verá considerablemente ampliado.

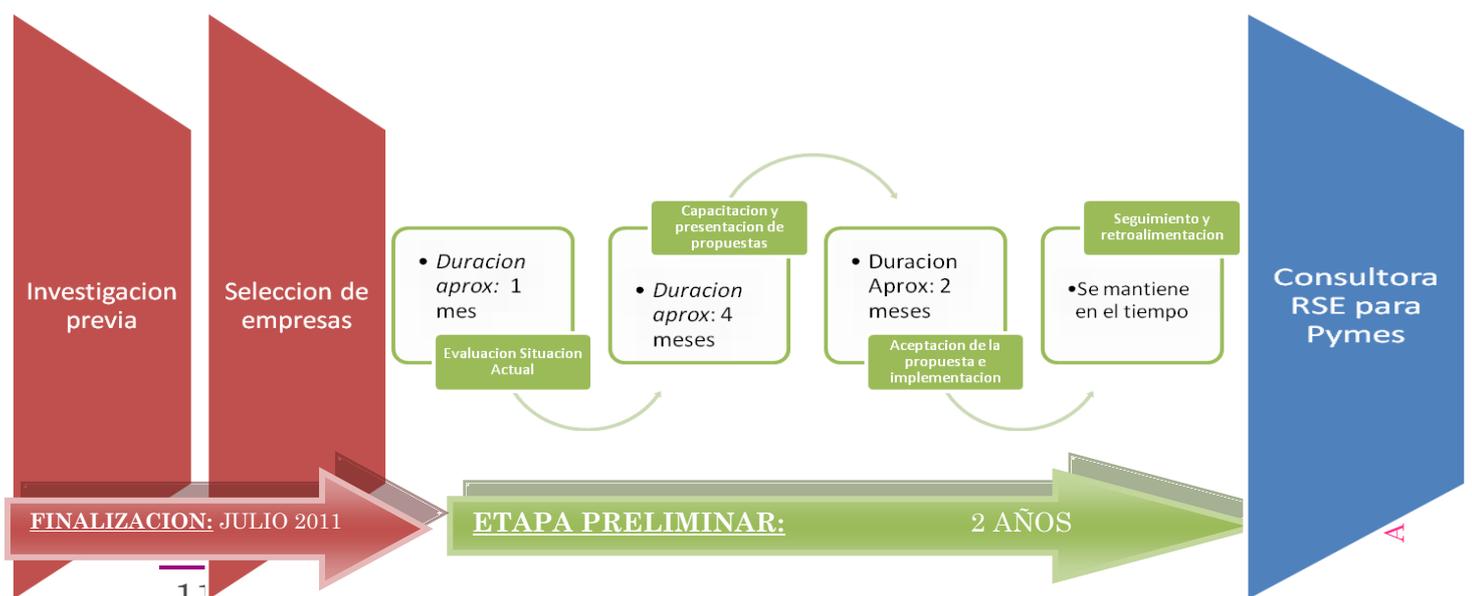
### Ubicación en el tiempo

Como una etapa previa a la ejecución del proyecto, se llevara a cabo una investigación de campo, para darle al mismo un marco situacional que permitirá comenzar a trabajar sobre bases más solidas. Dicha etapa se extenderá hasta Julio del 2011 concluyendo junto con la entrega por escrito del proyecto ante las autoridades de la UNLZ.

En la **etapa preliminar** se llevaran a cabo las siguientes sub-etapas:

- ✓ Evaluación de la Situación actual de la empresa: una vez hecho el contacto, la evaluación de la situación actual de la empresa tendrá una duración aproximada de 1 mes.
- ✓ Capacitación y presentación de propuestas: se extenderá mínimamente por un lapso de 4 meses, contados a partir de la conclusión de la subetapa anterior. Con la real intención de perpetuarlo en el tiempo.
- ✓ Seguimiento y retroalimentación: esta etapa se va a dar luego de transcurrido un tiempo prudencial con la segunda etapa para darle tiempo a las empresas de acomodarse a la propuesta. Tiempo estimado 2 meses de presentada la propuesta se comenzara con esta etapa, la misma se mantendrá en el tiempo.

Esta primera etapa del proyecto tendrá una duración estimada de 2 años, y a partir de allí se sentaran las bases para la consolidación de la **CONSULTORA EN RSE PARA PYMES**.



## Recursos

Para desarrollar exitosamente las diversas etapas del proyecto, es necesario contar con algunos recursos indispensables, que determinaran en parte su éxito.

Prácticamente no necesitamos amplios recursos para llevar adelante la etapa de ensayo preliminar del proyecto. Básicamente disponer de una conexión de internet, una dirección de e-mail corporativa (del equipo), tiempo moderado para poder dedicarnos a los casos particulares (pudiendo utilizar tiempos disponibles a lo largo del día).

Por otro lado, la amplitud de alcances de las tareas a desarrollar en la CONSULTORA DE RSE dependerá en gran medida de los recursos materiales y personales de los cuales se disponga.

Clasificamos los recursos en recursos materiales, financieros y humanos.

- **Recursos Materiales**

Es necesario contar con una computadora con conexión a Internet disponible full time, para que aquellas personas encargadas de llevar a cabo la realización del proyecto cuenten con las herramientas para poder trabajar sobre las encuestas, y responder los mails de las empresas involucradas.

También será necesario contar con una impresora, cartuchos de tinta, resmas de hojas y diversos elementos de librería (cuadernos, lápices, lapiceras, marcadores varios, etc.)

Para llevar adelante la capacitación quizás sea necesario contar con proyectores en donde se puedan reproducir presentaciones, videos y diversos documentos.

En la segunda etapa, aquella de consolidación de la consultora en RSE, además de los recursos materiales destinados a la capacitación, se suman recursos destinados a la publicidad del proyecto, como folletería de promoción de las jornadas de RSE anuales.

- **Recursos Humanos**

En cuanto a los Recursos Humanos necesarios inicialmente lo haremos los integrantes del equipo "Actitud Positiva", y en una segunda instancia, dependiendo del volumen de empresas que adhieran al programa, implementaremos alguna alianza con voluntarios.



- **Recursos Financieros**

Estará representado por el presupuesto necesario para adquirir los recursos materiales.

Si bien en la etapa preliminar del proyecto no será necesario contar con recursos financieros destinados a sueldos, ya que dicha etapa será llevada a cabo por las integrantes del equipo, en la segunda etapa, al desarrollar la consultora en RSE, más allá de que se generen alianzas con el voluntariado, no se descarta, que para plantear temáticas específicas dentro de las capacitaciones, sea necesario abonar sueldos a docentes que dicten dichas capacitaciones.



### 1.3. Propósito. Objetivo General



Para poder tener un desarrollo sostenible debemos tener en cuenta tanto los problemas económicos, sociales y ambientales. Es por ello que nos focalizaremos en la RSE para generar conciencia y responsabilidad social en las empresas.

El objetivo general de nuestra consultora en RSE será concientizar a las empresas de que la Responsabilidad Social Empresaria es cada vez más necesaria y que no se necesitan grandes inversiones o gastos para implementar un buen plan de acción en este sentido.



#### 1.4. Objetivos específicos y Relevancia (Justificación)

Algunos de los objetivos de la CONSULTORA DE RSE para Pymes serán:

- ✓ Realizar relevamientos y diagnósticos referidos a la RSE
- ✓ Brindar ASESORAMIENTO personalizado a las empresas interesadas en crecer en su RSE
- ✓ Difundir los conocimientos referidos a la RSE mediante la organización de Jornadas Anuales para empresas
- ✓ Organizar Campañas Anuales de RSE mediante folletos, carteles, concursos y entregas de premios.

Específicamente buscamos mejorar la calidad de vida en el trabajo, del trabajador, de las familias de los trabajadores, de los vecinos de la empresa y de la sociedad en general a la que le puedan llegar los resultados de la implementación del proyecto. Que la empresa aprenda a retribuirle a la sociedad lo que reciben de ella.

Creemos relevante esta temática, ya que como dijimos anteriormente, la Responsabilidad Social Empresaria es uno de los caminos para lograr una sociedad más justa e igualitaria y preservar el medio ambiente.

##### Ventajas para la Sociedad y para las Pymes

La consultora será relevante, no solo porque aporta beneficios a la sociedad en su conjunto a través de los programas que implementen las empresas, sino que también, como se nombro precedentemente, porque las empresas también se verán beneficiadas por la implementación de estas acciones.

Los beneficios dentro de la empresa se evidencian tanto a nivel externo (en su relación con cada uno de los eslabones de su cadena de valor, con el medioambiente y con el entorno social), como a nivel interno (para con su público interno)

Entre las principales ventajas que las PYMES pueden obtener de la implantación y mantenimiento de estos procedimientos se destacan:

- La mejora de las inversiones al elevar el valor de la empresa, generando nuevas oportunidades comerciales y ventajas competitivas.
- La diferenciación entre la oferta comercial, favoreciendo la fidelización del cliente.
- La mejora de las relaciones con los grupos de interés.
- La consolidación de la cultura corporativa y el comportamiento ético, mejorando la imagen y la reputación de la compañía y permitiendo nuevas oportunidades de comunicación.



### 1.5. Resultados esperados

Con nuestro proyecto esperamos lograr un cambio de paradigma en los empresarios de micro, pequeñas y medianas empresas.

El objetivo de la etapa preliminar, como ya se ha explicado, consiste en asesorar a 10 empresas en RSE. Planteamos los objetivos midiéndolos en porcentaje de cumplimiento.

- ✓ Se busca que el 100% de las empresas implementen acciones que sienten las bases para un futuro plan integral de RSE. Acciones pequeñas que impongan un cambio en la forma de hacer las cosas. Algunos ejemplos de ello puede ser el reciclado de papel, la impresión doble faz, el ahorro de energía, etc.
- ✓ Se busca que por lo menos el 40% de las empresas asesoradas logren implementar acciones con mayor impacto en la sociedad, trabajando sobre ejes que repercutan directamente en ella. Algunos ejemplos estarían dados por políticas más flexibles de personal, incentivos para seguir estudiando y capacitarse constantemente, interacciones directas con ONGs entre otras.
- ✓ Se busca que por lo menos un 10% de las empresas asesoradas logren implementar programas integrales de RSE, que alineen los objetivos organizacionales con objetivos sociales, convirtiéndose en empresas socialmente responsables, repensando la manera de hacer las cosas y logrando crecer a través de un desarrollo sustentable.



Con respecto a la consolidación de la segunda etapa del proyecto, la consultora en RSE tendrá los mismos objetivos pero de una manera más ambiciosa, ya que busca generar impacto no solo en las empresas que formen parte del plan de asesoramiento, sino en la comunidad en su conjunto.



## PARTE II- MARCO TEORICO

### 2.1. Antecedentes

Actualmente la temática de la responsabilidad social empresarial se encuentra más difundida que hace años atrás, y es por ello que ya existen diversas organizaciones, que desde distinto puntos de vista, tratan de abordar el tema, trabajando para que empresas de todos los tamaños adopten una manera diferente de hacer negocios.

Si bien, hoy en día, no tenemos conocimiento de una política gubernamental sostenida que brinde incentivos para apoyar el comportamiento ético de las empresas y un modo de actuar socialmente responsable, a pesar de esto, son variados los actores que intentan marcar el camino hacia un comportamiento socialmente responsable. Entre estos actores encontramos diversas ONGs, consultoras privadas con fines de lucro, programas que se desarrollan por entidades sin fines de lucro, empresas que actúan dentro de su cadena de valor, e incluso a la universidad.

En esta sección nos encontraremos con algunos antecedentes que actúan como las bases para el desarrollo de nuestra consultora en RSE. Pero también encontraremos antecedentes en el orden legal, que sirven de apoyo para el desarrollo de políticas de RSE sostenidas en el tiempo por parte de las empresas.

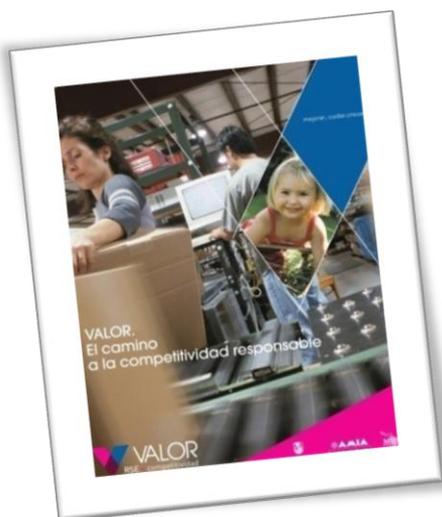
#### Programa VALOR- AMIA

El programa de AMIA-BID-FOMIN “Incorporando Medidas de RSE en la Cadena de Valor” tiene como finalidad mejorar la competitividad e incrementar las oportunidades de mercado de las pequeñas y medianas empresas (PYME) y contribuir al desarrollo sostenible.

Como propósito, fomentar la implantación de medidas de RSE en las PYME priorizando aquellas que forman parte de las cadenas de valor de grandes empresas. El programa está formado por tres componentes:

- I. Desarrollo de la capacidad local;
- II. Implementación de prácticas de RSE en PYME;
- III. Promoción de RSE y difusión de resultados.

VALOR trabaja junto a grandes empresas para que inviten a 10 PYME de su cadena de valor (distribuidores, proveedores o clientes) a participar. Luego se capacitará a un grupo de consultores, expertos en RSE para PYME. El dueño de cada PYME recibirá la visita de uno o varios de estos consultores y juntos trabajarán en un diagnóstico y plan de mejora en alguna de las dimensiones de la RSE que consideren prioritaria (gobernanza, colaboradores,



medio ambiente o públicos externos). Luego de trabajar juntos durante 18 meses se medirá el impacto de las acciones desarrolladas y se comparará con el diagnóstico.

El Proyecto pretende incorporar medidas de RSE en empresas que giren en torno a cuatro ejes principales:

1. Gobernanza y Marco Normativo. Se trabaja sobre la misión, visión, valores, temas de ética y conducta. Esto permite alinear toda la empresa hacia su plan estratégico y de RSE, además de las responsabilidades fiscales, laborales y societarias.

2. Políticas laborales. Se pretende que las empresas cumplan con los requisitos legales como los aportes parafiscales, el pago de salarios justos y acordes al mercado, una política clara que formalice los perfiles del puesto para el ingreso a la empresa, que tenga en cuenta el avance y la capacidad de las mujeres en el mundo laboral, la incorporación de una guía clara y eficaz de salud ocupacional que junto con una política de administración en riesgos profesionales mejore las condiciones de salud y de seguridad donde se desarrolla el trabajo y la creación de un marco que fije las reglas para el acceso a las empresas.

3. Grupos de Interés. El reconocimiento de la complejidad empresarial pasa por la efectiva visibilidad de su entorno interno y externo. Se busca mejorar las relaciones con todos los proveedores, clientes, acreedores, instituciones gubernamentales, organismos reguladores, entidades crediticias y con la comunidad geográfica en donde esté ubicada la empresa.

4. Medio Ambiente. Se pretende mejorar y disminuir al máximo, el impacto que tiene sobre el medio ambiente el desarrollo de las tareas y labores de las empresas participantes, generando estrategias sostenibles en largo plazo que aseguren su preservación.

El programa se desarrolla apoyándose en varios componentes, cuenta con un “**Socio estratégico clave**”, el Grupo BID, quien es la principal fuente de financiamiento y pericia multilateral para el desarrollo económico, social e institucional sostenible de América Latina y el Caribe.

Son además principales **aliados** del programa:

- Agencia de Protección Ambiental del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires
- Ministerio de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires
- Secretaría de Derechos Humanos e Inclusión Social de la Ciudad de Buenos Aires
- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social de la Nación
- Legislatura Porteña



- Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional (SEPYME)
- Gobierno de la Provincia de Buenos Aires - Programa de Responsabilidad Social Empresaria
- Fundación Social Aplicada al Trabajo (FUSAT)
- ComunicaRSE
- Centro Nacional de Responsabilidad Social Empresarial y Capital Social (CENARSECS)
- Universidad Nacional de Rosario
- Universidad Tecnológica Nacional
- Cámara de Comercio Exterior de Santa Fe
- Diario El Litoral

Cuenta con la AMIA como **unidad ejecutora** del programa, y con la participación de seis **grandes empresas** que forman parte del programa:

- IRSA
- NOVARTIS
- LOMA NEGRA
- BANCO GALICIA
- INVAP
- SANTANDER RIO

Cada una de las grandes empresas que se sumen, y sus PYME, podrán realizar un seguimiento de los proyectos elegidos por cada una de ellas para trabajar en su plan de mejora.

### CapacitarRSE, Consultores en RSE

## CAPACITARSE

CapacitaRSE es el Primer Centro de Educación Virtual Ejecutiva en Responsabilidad Social Empresaria de América Latina que ofrece cursos, seminarios, conferencias y servicios de RSE desde junio de 2006 a estudiantes, profesionales, gerentes y directivos de organizaciones empresariales y no gubernamentales.

A lo largo de estos años han formado a más de 500 personas de países como Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, España, Estados Unidos, Holanda, Perú, Uruguay y Venezuela.

CapacitaRSE es una institución que no recibe aportes políticos, religiosos, empresarios ni de ningún otro sector. Es una iniciativa privada que es sostenible gracias a todos aquellos que eligen confiar en la experiencia del equipo docente y de asesores cada vez que contratan un curso o un servicio



Está compuesto por profesionales de distintas áreas de conocimiento que forman un equipo que tiene como objetivo ofrecer una mirada holística a la gestión de la Responsabilidad Social en Empresas y Organizaciones.

✓ Misión

CapacitaRSE se propone contribuir a crear corrientes de pensamiento responsable en aquellos sujetos que tienen o tendrán a su cargo áreas de gestión en cualquier tipo de organizaciones, para contribuir a un modo socialmente responsable de gestionar a través de la educación innovadora de RSE.

✓ Visión

Nos proponemos consolidarnos como el Centro Educación Virtual Ejecutiva en RSE, brindando conocimiento teórico-práctico a través de Cursos, Seminarios, Jornadas y Webinars, apoyándonos en el concepto de educación permanente con la firme apuesta de sumar día a día a más gestores en la senda de la RSE.

✓ Productos

CapacitaRSE, brinda una oferta educativa muy rica en la temática de referencia, compuesta por cursos y seminarios, y con asesoramiento directo a empresa. A través de estas acciones logra financiar la estructura que posee.

Entre las diferentes opciones que brinda la consultora encontramos:

- **Cursos**
  - El ABC de la RSE y la sustentabilidad
  - Curso para trabajar la cadena de valor
  - Curso para impulsar la RSE al interior de la empresa
  - Curso de estrategia de RSE y comunicación interna
- **Seminarios online autogestionados**
  - ¿Qué trae la ISO 26000 para las organizaciones?
  - Estrategias para Comunicar la RSE al interior de la Empresa
- **Consultoría online**
- **Formación In-Company**
  - Programas a medida
  - Conferencias
  - Videoconferencias
- **Estrategias de Comunicación RSE 2.0**
  - Blogs
  - Redes Sociales
- **Diseño e Impresión de Reportes Sociales o Memorias de Sostenibilidad**



## Red UNIRSE



La Red Iberoamericana de Universidades por la RSE constituye un espacio de intercambio entre universidades de Iberoamérica que, con el apoyo de instituciones impulsoras de la Responsabilidad Social, como el PNUD y la AECID (artífices de significativos aportes en el campo de la lucha contra la pobreza y el desarrollo de las sociedades de la región), pretende:

- Ser un nexo entre los distintos actores sociales involucrados en la RSE
- Fomentar el capital social en Iberoamérica
- Contribuir a la generación de una comunidad Socialmente Responsable
- Promover el desarrollo humano ético
- Difundir y sensibilizar sobre Responsabilidad Social
- Fomentar la formación, investigación y extensión en torno a esta temática

La creación de la Red ha logrado una gran receptividad en la región: un centenar de las más destacadas universidades iberoamericanas ya están afiliadas a la iniciativa, que busca incorporar en el diseño curricular de las casa de altos estudios la formación en esta temática.



La red cuenta con un punto focal a cargo del Centro Nacional de Responsabilidad Social Empresarial (CENARSECS) de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires.

En este marco hay 222 universidades adheridas en toda Latinoamérica. En Argentina son 51 las universidades que conforman la Red:



Pontificia Universidad Católica Argentina	Universidad Nacional de Catamarca
Universidad Argentina J. F. Kennedy	Universidad Nacional de Comahue
Universidad Abierta Interamericana	Universidad Nacional de Córdoba
Universidad Adventista del Plata	Universidad Nacional de Cuyo
Universidad Austral	Universidad Nacional de Lujan
Universidad Autónoma de Entre Ríos	Universidad Nacional de Lanús
Universidad Blas Pascal	Universidad Nacional de la Patagonia Austral
Universidad CAECE	Universidad Nacional de Mar del Plata
Universidad Católica de Córdoba	Universidad Nacional de San Juan
Universidad Católica de Santa Fe	Universidad Nacional de San Martín
Universidad Católica de Salta	Universidad Nacional de Villa María
Universidad de Belgrano	Universidad Nacional del Nordeste
Universidad de Buenos Aires	Universidad Nacional de la Matanza
Universidad del CEMA	Universidad Nacional de la Pampa
Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales	Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosc
Universidad de Flores	Universidad Nacional de la Rioja
Universidad de la Marina Mercante	Universidad Nacional de Lomas de Zamora
Universidad del Museo Social Argentino	Universidad Nacional de Misiones
Universidad del Salvador	Universidad Nacional de Río Cuarto
Universidad de San Andrés	Universidad Nacional de Rosario
Universidad de Palermo	Universidad Nacional de San Luis
Universidad Empresarial Siglo 21	Universidad Nacional de Tres De Febrero
Universidad FASTA	Universidad Nacional del Centro de la Provincia de
Universidad Maimónides	Universidad Nacional del Litoral
Universidad Nacional de la Plata	Universidad Nacional del Sur
	Universidad Tecnológica Nacional

Seguidamente detallamos algunas de las líneas de acción que siguen estas universidades nacionales en el marco de la Red para promover la temática de Responsabilidad Social.

### **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL (UTN)**

Líneas de acción en la promoción de RSE: Capacitación y divulgación

- Curso de Experto en RSE.
- Cursos de Capacitación
- Ciclo de conferencias sobre RSE.



**UNIVERSIDAD ARGENTINA DE EMPRESAS (UADE)**

Líneas de acción en la promoción de RSE: Capacitación

- Realización de eventos de divulgación
- Cátedras sobre RSE

**UNIVERSIDAD AUSTRAL**

Líneas de acción en la promoción de RSE: Capacitación, divulgación, investigación.

- Escuela de Dirección y Negocios de la Universidad Austral (IAE)
- Jornada de RSE "de la teoría a la práctica"



UNIVERSIDAD AUSTRAL

**UNIVERSIDAD CATOLICA DE CORDOBA**

Líneas de acción en la promoción de RSE: Capacitación, investigación, reconocimiento.

- Proyectos de Investigación 2008 Universidad Católica de Córdoba - Instituto de Ciencias de la Administración (ICDA).
- Investigación "¿Vínculos responsables?: Estado – Empresa en Córdoba"
- Posgrado en RSE del ICDA.
- Maestría en Dirección de Empresas. Curso de posgrado
- Programa Voluntarios Universidad Católica de Córdoba "Entramos para Aprender, Salimos Para Servir".
- Publicación del libro Diálogos en torno a la construcción de una ciudadanía responsable, de Nicolás Liarte Vejrup, una investigación sobre la RSE en la provincia.
- Premio Responsabilidad Social Universitaria (RSU) organizado por el Vicerrectorado de Medio Universitario, desde su Área de Responsabilidad Social Universitaria.

**UNIVERSIDAD CATOLICA DE LA PLATA**

Líneas de acción en la promoción de RSE: Capacitación

- Cátedras

**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES**

Líneas de acción en la promoción de RSE: Capacitación, divulgación, reconocimiento

- Realización de eventos de divulgación
- "Congreso de Economía y Gestión: ECON"



- Premio Latinoamericano a la Responsabilidad de Empresas y ONGs
- Especialización: Economía Social y Desarrollo Local.
- Programa de promoción de la ética y la responsabilidad social para estudiantes de colegios secundarios.
- Programa de Seminario de Integración y Aplicación en proyectos sociales (Responsabilidad Social Universitaria).
- Organización junto al Foro Ecuménico Social de la Primera Sesión 2008 de la Cátedra de Responsabilidad Social y Ciudadana, bajo la consigna
- Congreso Internacional de RSE Universidad y Desarrollo organizado
- Facultad de Ciencias Sociales:

### UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES (UCES)

Líneas de acción en la promoción de RSE: Capacitación, divulgación, investigación, reconocimiento



- Premio Comunicación y Valores.
- Premio Hacia la Excelencia Ambiental Empresaria
- Premio al Desarrollo de los Recursos Humanos
- Premio a la Gestión Ambiental en Industrias y Municipios Pequeños y Medianos.
- IGEP - Instituto de Gobernanza Empresarial y Pública

Para ver en detalle cada una de estas acciones, remitirse al ANEXO V

Es importante destacar la diferenciación que marcara la ejecución del presente proyecto, ya que el mismo busca generar ayuda **DIRECTA** desde la facultad hacia las organizaciones, asesorando, capacitando y apoyando la gestión de aquellas que implementen acciones de RSE.



## PRINCIPALES NORMATIVAS RECOMENDADAS SOBRE RSE

### Indicadores ETHOS de autoaplicación de la RSE.

El Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial (Plarse) es una realización del Instituto Ethos con la colaboración de la Fundación Avina, de la Organización Intereclesiástica de Cooperación para el Desarrollo – ICCO y del Fórum Empresa. El mismo presenta indicadores de RSE como herramienta de medición y seguimiento de los resultados y normativas modelo para la elaboración de indicadores de autoevaluación y aprendizaje de la RSE.



Su objetivo es fortalecer el movimiento de responsabilidad social empresarial en América Latina, mediante el intercambio de conocimientos y experiencias entre las organizaciones participantes y la consolidación de alianzas que contribuyan a la creación de un ambiente favorable a la gestión socialmente responsable en la región.

La publicación comprende indicadores comunes a todos los países de la región que forman parte del programa y la adaptación a cada país.

### Global Reporting Initiative (GRI)



Estas guías proporcionan un marco de referencia para que una organización informe acerca del desempeño económico, ambiental y social, con independencia de su tamaño, sector o localización y pueden ser utilizadas tanto para pequeñas empresas como en aquellas con gran volumen de operaciones que operan en distintas áreas geográficas al mismo tiempo.

La guía actualizada para la elaboración de memorias de sustentabilidad es la versión número 3 (G3).

### ISO 26000

Esta norma internacional proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, las materias fundamentales y sobre las maneras de integrarla en las estrategias, sistemas, prácticas y procesos de la organización.



### Institute of Social and Ethical Accountability Normativa AA1000

El aseguramiento de la RSE realizado aplicando la AA1000AS facilita a los proveedores de servicios de aseguramiento de un instrumento para ir más allá de la simple verificación de datos, evaluar cómo las organizaciones gestionan la sostenibilidad y reflejar dicha gestión y el desempeño resultante en su informe de aseguramiento.



Asimismo, sirve para que la organización informe sobre los asuntos de sostenibilidad, a través de una evaluación de su cumplimiento según los Principios de Accountability 1000 y de la calidad de la información divulgada relativa al desempeño en sostenibilidad.

La norma actualizada de aseguramiento de la sostenibilidad es la versión del año 2008.

### **Social Accountability International: Normativa SA8000**

Normativa que establece objetivos a cumplir por las organizaciones en materia de derechos humanos y las condiciones en los lugares de trabajo. Incluye el trabajo infantil, la fuerza de trabajo, la seguridad y la salud ocupacional, la libertad de asociación, la discriminación, las prácticas disciplinarias, el horario de trabajo, las remuneraciones y las responsabilidades de la gerencia de mantener y mejorar las condiciones de trabajo.



### **Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)**

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) es una organización internacional intergubernamental formada por Alemania, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Francia, Grecia, Islandia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Noruega, Holanda, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza, Turquía, Japón, Finlandia, Australia, Nueva Zelanda, México, República Checa, Hungría, Polonia, Corea y Eslovaquia.



Las líneas directrices son recomendaciones dirigidas a las empresas multinacionales en las que se enuncian principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable compatible con las legislaciones aplicables. La vocación de las Directrices es garantizar que las actividades de esas empresas se desarrollen en armonía con las políticas públicas, fortalecer la base de confianza mutua entre las empresas y las sociedades en las que desarrollan su actividad, contribuir a mejorar el clima para la inversión extranjera y potenciar la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible.

### **Naciones Unidas, Pacto Mundial**

Promueve la libertad de asociación y respeto al derecho de la negociación colectiva, la eliminación de cualquier práctica de trabajo forzado o discriminatorio, el apoyo a la abolición del trabajo infantil y el incentivo de prácticas para la conservación del medio ambiente.



### Principios del Ecuador

Las Instituciones Financieras adheridas a los Principios de Ecuador han adoptado estos Principios para garantizar que los proyectos financiados se lleven a cabo en forma socialmente responsable y reflejen prácticas sólidas de gestión ambiental.

Según estos principios, sólo se otorga financiamiento a los proyectos cuyos patrocinadores puedan demostrar que se gestionarán con responsabilidad social y ambiental.

Estos principios se encuentran basados en estándares de Desarrollo Sostenible del Banco Mundial y de Corporación Financiera Internacional.

### Índice FTSE 4 Good

FTSE4 Good ofrece a los inversores un estándar global transparente para identificar e invertir en empresas socialmente responsables, así como para medir su rentabilidad. Los criterios de inclusión han sido diseñados para reflejar las preocupaciones de la inversión socialmente responsable. Ya sea un inversor privado o institucional, ofrece la oportunidad única de beneficiarse de la rentabilidad positiva de empresas socialmente responsables, fomentando al mismo tiempo el incremento de esta responsabilidad.



FTSE4Good



## LEGISLACIÓN ARGENTINA SOBRE RSE

### Nación:

- Ley de Régimen Laboral 25877. El Capítulo IV de la siguiente Ley trata el tema de la realización de forma anual de un Balance Social para empresas con más de 300 trabajadores.
- Ley General del ambiente. La ley 25847 brinda el marco legal básico de la legislación ambiental en Argentina. <sup>6</sup> En su artículo 28 hace referencia a la responsabilidad. *“El que cause el daño ambiental será objetivamente responsable de su restablecimiento al estado anterior a su producción (...)”*
- LEY 25831. Régimen de libre acceso a la información pública ambiental. Al regularse este hecho, toda empresa estará obligada a brindar la información ambiental que sea requerida por cualquier ciudadano argentino. En su artículo 4 la ley proclama: *“Sujetos obligados. Las autoridades competentes de los organismos públicos, y los titulares de las empresas prestadoras de servicios públicos, sean públicas, **privadas** o mixtas, están obligados a facilitar la información ambiental requerida en las condiciones establecidas por la presente ley y su reglamentación”*



**Ciudad de Buenos Aires:** Ley 2594 “Marco Jurídico del Balance de Responsabilidad Social y Ambiental”: El objeto de la presente ley es la promoción de comportamientos social y ambientalmente responsables y sustentables por parte de las organizaciones comprendidas, fijando el marco jurídico del Balance de Responsabilidad Social y Ambiental (BRSA). Contempla la obligatoriedad de la realización del mismo para empresas que cuenten con más de 300 trabajadores.

---

<sup>6</sup> [www.dsostenible.com.ar](http://www.dsostenible.com.ar)



## PARTE III- METODOLOGIA

### 3.1. Diseño de investigación

- Investigación de la problemática
- Etapa Preliminar: Ejecución en el Asesoramiento de 10 empresas:
  - Evaluación de la situación actual
  - Capacitación y presentación de propuestas
  - Seguimiento y retroalimentación
- Etapa de Desarrollo Formal de la CONSULTORA DE RSE

#### INVESTIGACION DE LA PROBLEMÁTICA



La investigación del entorno y la naturaleza actual constituyen la base para la elaboración del presente proyecto. El análisis de la problemática reflejara la situación actual de la Micro, Pequeña y Mediana empresa en general, el grado de implementación de políticas de RSE, las ventajas y desventajas que se perciben para la implementación de dichas políticas, así como también, permitirá arribar a casos de éxito y de fracaso que pueden ser utilizados como casos ejemplos en la etapa posterior de capacitación en la organización.

Esto permitirá la modelización de la llamada “situación SIN proyecto”, que luego podrá ser contrastada con la “situación CON proyecto”, y determinar las ventajas que surgen de la ejecución de cada una de las etapas del presente proyecto.

Dicha situación surge de análisis de datos, tanto de fuentes secundarias, como de fuentes de información primarias.

La información secundaria será recaudada de diferentes bibliografías, libros, revistas especializadas, tanto en PYMES como en RSE, artículos específicos, estadísticas de organismos oficiales, y de organismos privados.

La información primaria será recaudada a través de una encuesta que será enviada a diferentes PYMES de la zona, y en la cual se evaluara el grado de conocimiento de la temática, y el nivel general de aplicación o resistencia, las barreras que hay que atravesar y los puntos favorables en donde nos podremos apoyar. El análisis de estos datos nos permitirá contar con información actualizada y a trabajar sobre datos reales de la región a la cual nos acotamos.



## FICHA TÉCNICA

- Ejecutora: Actitud Positiva- Programa de Formación Premio Amartya Sen
- Tema: “Responsabilidad Social Empresaria”
- Objetivo: Evaluar el nivel de conocimiento del término, grado de implementación en las empresas; y la predisposición a recibir asesoramiento y capacitación en el tema.
- Tipo de Estudio: Encuesta por muestreo
- Instrumento de Recopilación: cuestionario semi estructurado
- Diseño muestral: No probabilístico (muestreo por cuotas)
- Tipo de preguntas:
  - Abiertas (no estructuradas)
  - Cerradas (dicotómicas, múltiples)
- Método de contacto:
  - Entrevistas enviadas por e-mail
- Tamaño de la muestra: 84 encuestas.
- Alcance de la muestra:
  - Base de Datos de la UNLZ
- Definición de la unidad de análisis: empresarios, empleados y profesionales pertenecientes a diversas empresas
- Fecha de realización del trabajo de campo:
  - Encuesta disponible en [www.e-encuesta.com](http://www.e-encuesta.com) desde el 16 de mayo del 2011 al 22 de junio del 2011





Actitud Positiva

ENCUESTA SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA



DATOS DESCRIPTIVOS DE LA ORGANIZACIÓN

Nombre o Razon Social: .....

Sector al que pertenece

Industria <input type="checkbox"/>	Financiero <input type="checkbox"/>	Construccion <input type="checkbox"/>
Agricultura <input type="checkbox"/>	Comercio <input type="checkbox"/>	Servicios <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	¿Cuál? .....	

Tamaño de la compañía (Cantidad de empleados)

Menos de 20 <input type="checkbox"/>	Entre 51 y 250 <input type="checkbox"/>	Mas de 1001 <input type="checkbox"/>
Entre 21 y 50 <input type="checkbox"/>	Entre 251 y 1000 <input type="checkbox"/>	

Ubicación Geografica

E. Echeverria <input type="checkbox"/>	Alte. Brown <input type="checkbox"/>	Cap. Federal <input type="checkbox"/>
L. de Zamora <input type="checkbox"/>	Ezeiza <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
		¿Cuál? .....

1) ¿Conoce el concepto de Responsabilidad Social Empresaria (RSE)?

Si  No

2) ¿Que practicas de RSE Conoce?

.....

.....

3) En su empresa, ¿se desarrollan practicas o politicas de RSE?

Si  -----> Pase Directamente a la pregunta Nº 5 No

4) ¿Cuáles cree que son las barreras para la aplicación de RSE en su empresa?

Elevados costos asociados <input type="checkbox"/>	Falta de decision de la alta direccion <input type="checkbox"/>
No aporta beneficios a la empresa <input type="checkbox"/>	Falta de cooperacion entre los implicados <input type="checkbox"/>

-----> Pase directamente a la pregunta Nº 6

5) ¿En que ambito de RSE se desarrolla su empresa?

Actividades orientadas al cuidado del Medio ambiente <input type="checkbox"/>	Aportes hacia la sociedad <input type="checkbox"/>
Actividades orientadas a los trabajadores <input type="checkbox"/>	Actividades orientadas al mercado <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	¿Cuál? .....

6) ¿Qué cree que la RSE le aporta a las empresas?

Mayor competitividad en el mercado/ Rentabilidad a largo plazo	<input type="checkbox"/>
Mayor fidelidad de los clientes	<input type="checkbox"/>
Mayor compromiso y motivacion de los empleados	<input type="checkbox"/>
Buena Imagen Corporativa y mayor reputacion	<input type="checkbox"/>
Beneficios intangibles provenientes del cumplimiento de deberes eticos	<input type="checkbox"/>
Mejora las relaciones con la comunidad	<input type="checkbox"/>
Mejora la relacion con el Estado	<input type="checkbox"/>
Ahorro de costos/ Mayor eficiencia en las operaciones	<input type="checkbox"/>
No aporta ningun beneficio	<input type="checkbox"/>

7) ¿Cree que los objetivos de RSE se pueden alinear con los objetivos organizacionales?

Si  No

8) ¿Que practicas de RSE le gustaria que su empresa posea?

.....

.....

9) ¿Por que cree que su empresa no realiza RSE o no la incrementa?

.....

.....

10) ¿Que ayudaria a que su empresa realice o incremente la RSE?

a) Asesoramiento profesional en RSE	<input type="checkbox"/>
a) Informacion acerca de buenas practicas del mercado	<input type="checkbox"/>
b) Mayor disponibilidad de dinero	<input type="checkbox"/>
c) Cambio de cultura organizacional	<input type="checkbox"/>
d) Otras <input type="checkbox"/>	¿Cuál? .....

11) ¿En su empresa estarian dispuestos a recibir asesoramiento personalizado en RSE via email?

Si  Mail .....

No  Nombre de contacto .....

¡Muchas gracias por su tiempo!



## ETAPA PRELIMINAR: EJECUCIÓN EN EL ASESORAMIENTO DE EMPRESAS

Seleccionaremos algunas empresas que formarán parte de esta primera etapa piloto para la ejecución. Como ya se ha mencionado, la muestra de empresas será de 10 micro o pequeñas empresas dentro de la zona de influencia de la UNLZ, o de Capital Federal.



La selección de la misma se realizará en base a las encuestas que se realizaron en la primera etapa del proyecto. El primer filtro a implementar para su selección será la manifestación del responsable de la empresa para participar del proyecto.

Una vez seleccionadas las mismas, y como el proyecto se basa en el análisis individual de la situación de cada empresa para brindar soluciones que se adapten a las necesidades, se ejecutará la siguiente secuencia de pasos con cada una de ellas:

- a. Como punto de partida es necesario realizar un pormenorizado análisis de la situación actual de la empresa en relación con indicadores que hacen a la utilización de programas de RSE.

Una vez evaluado el grado de conocimiento del término, las barreras a superar y las ventajas que la misma organización considera poseer, es el momento de profundizar en cuanto a los métodos ya implementados y la formalización de los mismos. Para, a partir de allí, generar un programa acorde a la situación actual de la empresa y que sea alcanzable y medible.

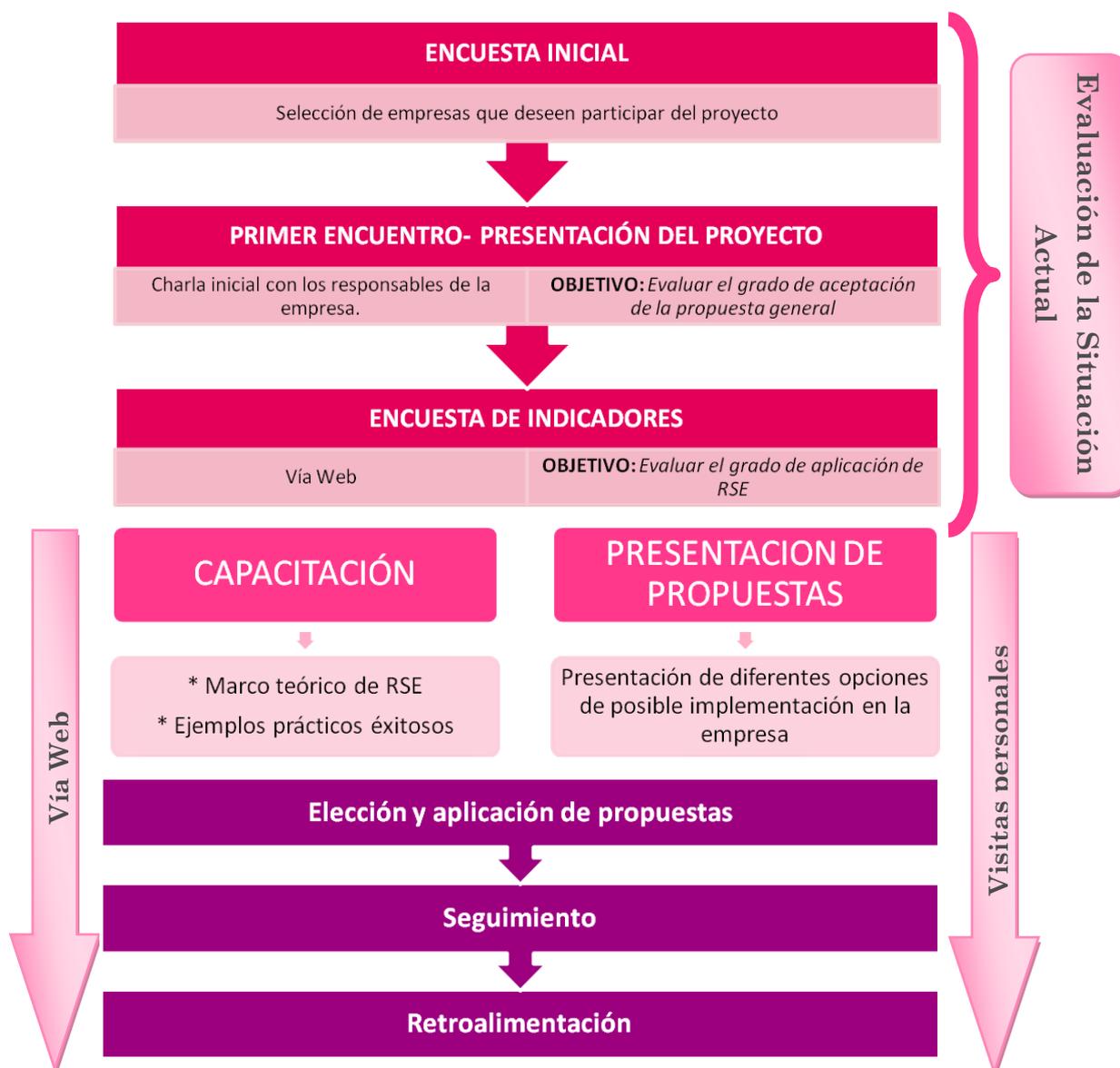
Esto puede formalizarse a través de la realización de una nueva encuesta de indicadores en RSE. La misma podrá ser remitidas por mail o entregada personalmente en manos de algún responsable.

- b. Luego de la evaluación de los resultados se deberá trabajar simultáneamente en dos sub-etapas:
  - i. Elaborar listados o modelos de sugerencias de aplicación de RSE para que la empresa comience a tener una idea del asesoramiento que ofrecemos.
  - ii. Capacitar a los responsables en Responsabilidad Social Empresaria.

Se estudiarán los casos puntuales de aquellas empresas que quieran participar en el proyecto y se brindará un asesoramiento personalizado acorde a las condiciones y capacidades de cada empresa.

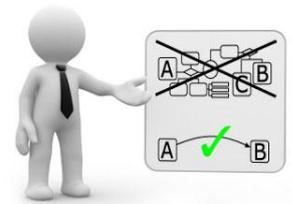


- c. Una vez aprobado el plan de acción y designado el responsable, se realizará el seguimiento de cada una de las empresas, solicitando que nos comuniquen el grado de implementación del asesoramiento brindado (de 0% cuando no se llevaran a la práctica hasta 100% las totalmente implementadas), los beneficios sociales o económicos que pudieron percibir (por ejemplo la reducción del gasto en papelería, o cantidad de papel donado o empleados que se decidan a estudiar o una mejor imagen de la empresa), las erogaciones que generó el proyecto (por ejemplo tiempo de los empleados en reciclar papel, o bonos pagados por estudio, o bonos pagados a los empleados por cumplimientos de plan de vacunación).
- d. Informarle a las empresas la posibilidad de publicar sus avances en la revista del equipo “Ética Activa”.
- e. Complementando esto el seguimiento vía e-mail será reforzado con una visita a la empresa, para poder comprobar el grado del cumplimiento y tomar las medidas correctivas en caso de que esto sea necesario



## ETAPA DE DESARROLLO FORMAL DE LA CONSULTORA DE RSE

A los efectos de consolidar nuestro aporte a la RSE como una acción sostenida en el tiempo deseamos constituir dentro de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Lomas de Zamora, una Consultora de RSE, como uno de los brazos de su Extensión Universitaria, y una de las concreciones sostenidas en el tiempo del Programa Premio Amartya Sen.



Como en la etapa preliminar de ensayo seguiremos asesorando a empresas sobre la implementación de planes de RSE, siguiendo los procedimientos que ya hemos explicado precedentemente:

- ✓ La realización de diagnósticos y estudios estadísticos de RSE en las empresas: Mediante la encuesta diseñada u otros recursos que se adecuen a tal fin.
- ✓ El asesoramiento personalizado de aquellas que accedan a recibirlo con el objeto de crecer en su política de RSE.

En esta etapa se busca llegar a un número cada vez mayor de empresas, ampliando así el alcance del proyecto.

También se ampliarán las acciones a realizar, para impactar directamente en toda la sociedad.

Además de las tareas mencionadas anteriormente, cuando se constituya formalmente la Consultora se adicionarán las siguientes actividades:

### Jornadas anuales de RSE

Con el objeto de profundizar y promover el conocimiento de la RSE, sus formas, alcances, costos y beneficios se busca organizar anualmente desde la Consultora Jornadas de RSE convocando inicialmente a las PYMES a las que nos dirigimos en esta primera etapa de ensayo y -de acuerdo a la evaluación de las primeras jornadas- ampliar el espectro hacia otras empresas mayores.

En las Jornadas se ofrecerán charlas sobre los distintos aspectos de la RSE que, como hemos citado anteriormente, Kliksberg resume concisamente en:

- Trato correcto a su personal.
- Trato limpio con el consumidor.
- Cuidado del ambiente.
- Coherencia en la aplicación de su código de ética.
- Compromiso de la empresa con las grandes causas de interés público.



### **Proyecto Sumar**

Ya que las acciones de RSE no son totalmente novedosas, sino que, felizmente existen empresas que desarrollan importantes programas y acciones de RSE, daremos también lugar, durante las Jornadas, a que algún empresario cuente la experiencia de su aplicación en su empresa.

Por lo mismo habrá también momentos de intercambio entre las empresas, a fin de definir la Campaña Prioritaria de RSE de ese año, y/o las acciones que cada empresa se compromete a asumir en ese período.

### **Campaña anual de RSE: “El que corre diez liebres, no caza ninguna”**

Ya que el ámbito de acciones y actitudes de RSE es sumamente amplio y rico consideramos metodológicamente clave la focalización anual en uno de esos aspectos propuesto en la Jornada Anual y cuya concreción estará sujeta a los recursos económicos de que se dispongan a tal fin. La misma podría incluir:

- Folletería y carteles de la campaña
- Concursos de metas de RSE al respecto del propósito de la Campaña
- Publicaciones de los Resultados de los Concursos.
- Entrega de Premios en la próxima Jornada.

Se propiciará que las empresas incentiven a su personal, lo concienticen mediante charlas, metas a alcanzar y premios de RSE



## PARTE IV- PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS

### 4.1. Marco de desarrollo

#### MATRIZ FODA PARA EL ANÁLISIS DEL PROYECTO

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voluntad de las empresas de formar parte del proyecto</li> <li>• Apoyo institucional de la facultad</li> <li>• Proyecto creado con el marco del Programa Premio Amartya Sen</li> <li>• Profesionales en ciencias económicas como asesores de empresas</li> <li>• Se trabaja sobre empresas de la zona de influencia: contexto conocido</li> <li>• Vía de comunicación mayormente utilizada: e-mail- rápido, cómodo y conexión on-line las 24 hs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consultoría nueva y poco conocida por la sociedad empresarial</li> <li>• Recursos escasos al iniciar el proyecto: materiales, financieros y humanos</li> <li>• Tiempo limitado para las visitas personales</li> </ul>
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menores barreras de entradas en las PYMES</li> <li>• Pymes como grandes generadoras de empleo</li> <li>• Contexto global en el que la RSE es cada vez mas importante para ser competitivo</li> <li>• Una sociedad con grandes demandas por un comportamiento ético y responsable</li> <li>• Involucramiento cada vez mayor en temáticas sociales del voluntariado universitario</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paradigma actual del empresario de PYME:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cree que la RSE necesita de grandes inversiones para ser aplicada</li> <li>- Cree que la RSE no aporta beneficios</li> <li>- Cree que la RSE es responsabilidad del Estado y no de la empresa</li> <li>- Cree que como pyme no posee la estructura suficiente</li> </ul> </li> <li>• Falta de información</li> <li>• Falta de decisión y compromiso de los altos directivos</li> </ul>

Con la matriz precedente se intenta mostrar, de manera resumida, las ventajas con las que contamos como grupo, y las debilidades, que representan los factores internos que tendrán incidencia en la ejecución del proyecto. Esto permite potenciar las fortalezas, y minimizar las debilidades.

Un punto a favor importante para destacar es el apoyo institucional que brinda la facultad, que va de la mano con el desarrollo del proyecto en el marco del programa "Amartya Sen". Esto manifiesta seriedad y una imagen comprometida y sostenida en el tiempo, lo que genera una visión de formalidad en el encuadre del proyecto, tanto hacia adentro, como hacia terceros.

Esta fortaleza hay que aprovecharla y desarrollarla para poder hacer frente a una de las debilidades planteadas: la falta de conocimiento por parte de la sociedad del proyecto. Es necesario generar acciones de marketing, que serán útiles tanto para dar



a conocer al programa, como para resaltar el apoyo institucional antes mencionado. Esto intenta generar un efecto multiplicador en la cantidad de empresas que quieran ser parte del proyecto a largo plazo, y un círculo virtuoso que crezca cada día más. La difusión en este sentido, se convierte en uno de los pilares fundamentales para el éxito en la ejecución.

La limitación en los recursos plantea varias formas de solución. Si bien la autogeneración de recursos no se plantea en esta primera etapa del proyecto, ya que se buscará financiación externa, que puede surgir tanto de apoyo gubernamental, como por parte del auspicio de alguna empresa de la zona, no se descarta, en una segunda etapa, la generación de ciertas actividades aranceladas para cubrir los gastos que demande el crecimiento de la estructura. Con respecto a los recursos humanos, como ya se ha mencionado, en una primera instancia serán los integrantes del grupo los encargados de la ejecución, para luego, en una segunda instancia, se realizará un llamado al voluntariado de graduados y estudiantes avanzados para colaborar con la ejecución.

Con respecto al desarrollo de la capacitación y del asesoramiento propiamente hablando, se cuenta con una ventaja que brinda la herramienta de comunicación on-line, y una debilidad representada por el poco tiempo disponible para las visitas personalizadas. Ambos medios de contacto deben desarrollarse para crear un equilibrio que propicie el espacio para la creación o desarrollo de acciones de RSE.

El análisis de la matriz FODA, también nos brinda herramientas para analizar el entorno y los factores externos que influyen en la ejecución del proyecto, manifestados con oportunidades de crecimiento y desarrollo o amenazas.

Cabe destacar que el contexto cada vez nos brinda mayores oportunidades de crecimiento, debido a que la demanda social por empresas responsables crece día a día, y la Responsabilidad Social está convirtiéndose en requerimiento cada vez más importante para competir a nivel mundial. Los consumidores de todo el mundo premian este tipo de conductas generando mayor consumo y fidelidad hacia las empresas que cumplen con dichos requerimientos.

La contracara de ello, manifestado como la mayor amenaza, es el paradigma instalado en la mente del empresario en las Pymes, que cree que por su posición dentro de la sociedad, y por su tamaño, no es posible realizar acciones de RSE sostenidas en el tiempo, porque considerarán que generan grandes erogaciones de fondos, sin contraprestación hacia la organización. Participar de este proyecto les permitirá sortear este paradigma, pensar en los beneficios que obtendrían y así diluir esta amenaza en nuestro proyecto.

Es importante destacar como una oportunidad para el desarrollo del proyecto, la participación cada vez más fuerte en proyectos de carácter social del voluntariado. Como ya se ha planteado, se puede convocar al voluntariado universitario para participar de la Consultora, pudiendo afrontar de esa manera la debilidad que se genera en la limitación de tiempo para las visitas personales.



## 4.2. Estudio de Mercado

Para analizar la realidad actual de aquellas empresas con las que se va a trabajar, y a modo de una primera aproximación a la realidad SIN proyecto que está instalada hoy, se procedió a la realización de una encuesta. La misma fue enviada a diferentes PYMES de la zona a través de internet, y entre mayo del 2011 al 22 de junio del 2011 Se logro recabar una cantidad de 84 respondientes.

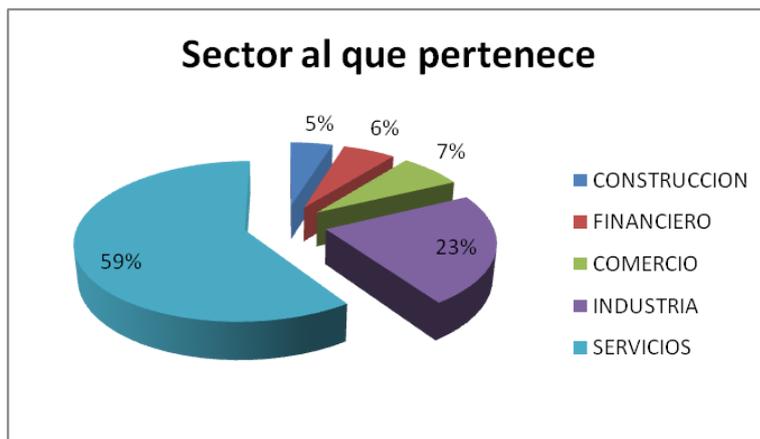


Los resultados fueron los siguientes:

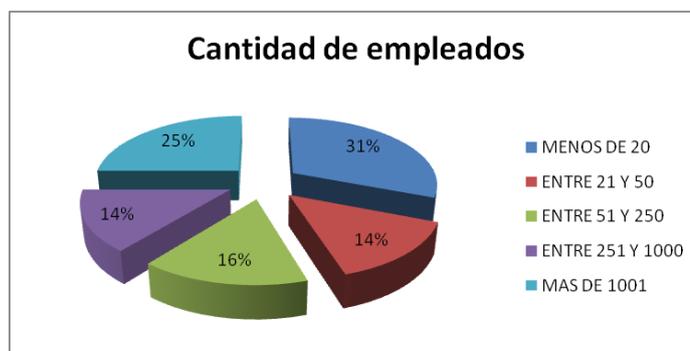
La primer pregunta era el nombre del participante y era opcional, con lo cual no amerita análisis por parte nuestro.

El siguiente grupo de preguntas eran datos identificatorios, como ser sector al que pertenece, tamaño de la compañía y ubicación geográfica. Estos datos nos servirán para poder identificar la fuente de la cual obtuvimos las respuestas, cabe aclarar que al ser un número acotado de respuestas, los resultados de esta encuesta no los podremos extrapolar a la población total pero nos servirá de base para nuestro análisis.

2. SECTOR AL QUE PERTENECE	
RESPONDENTES	84
CONSTRUCCION	4
FINANCIERO	5
COMERCIO	6
INDUSTRIA	19
SERVICIOS	50

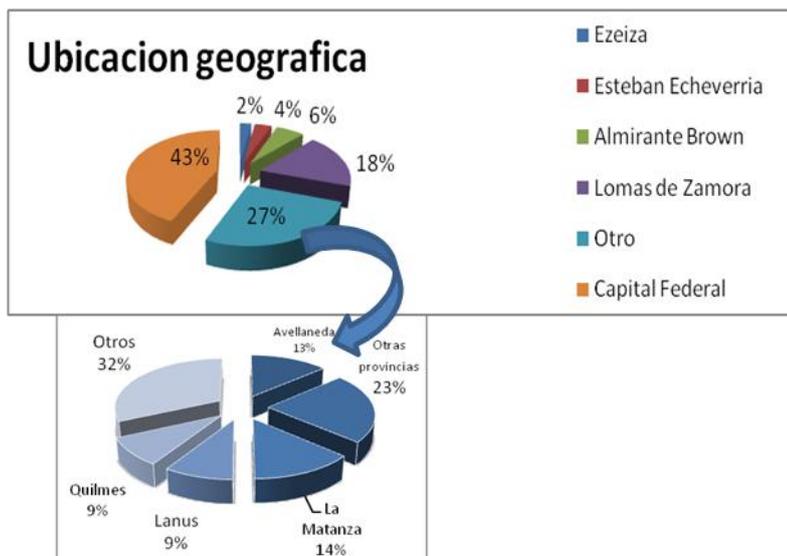


3. TAMAÑO DE LA COMPAÑÍA (Cantidad de empleados)	
RESPONDENTES	84
MENOS DE 20	26
ENTRE 21 Y 50	12
ENTRE 51 Y 250	13
ENTRE 251 Y 1000	12
MAS DE 1001	21



**4. UBICACION GEOGRAFICA**

RESPONDENTES	<b>83</b>
Ezeiza	<b>2</b>
Esteban Echeverría	<b>3</b>
Almirante Brown	<b>5</b>
Lomas de Zamora	<b>15</b>
Otro	<b>22</b>
Capital Federal	<b>36</b>



En un segundo grupo de preguntas evaluamos el nivel de conocimiento e implementación de RSE.

<b>Conoce el concepto de RSE</b>	
RESPONDENTES	<b>84</b>
SI	<b>53</b>
NO	<b>31</b>



Quando se les consulto si tenían conocimiento sobre el concepto de RSE nos gusto descubrir que la mayoría de los encuestados sabia que era RSE, así mismo también aclaramos que esta mayoría se la llevo con un 63%, por lo que un 37% de los encuestados no tenia conocimiento de la temática, que si bien son la minoría, el porcentaje es elevado.

Luego de contestada esta pregunta, el equipo dio al encuestado una breve descripcion de lo que significa RSE.

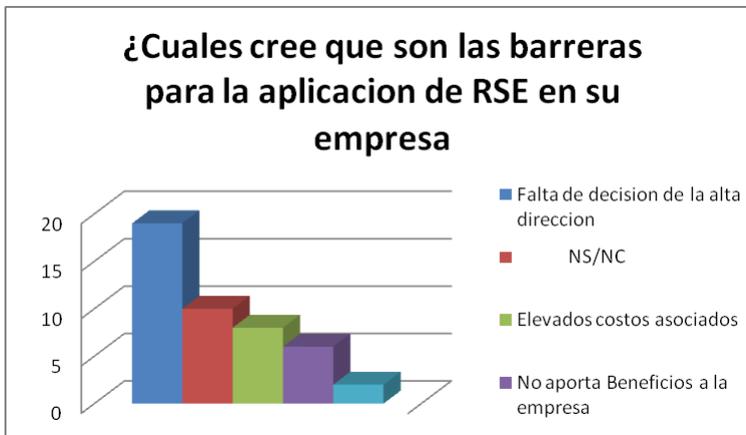
<b>En su empresa, ¿Se desarrollan prácticas o políticas de RSE?</b>	
RESPONDENTES	<b>84</b>
SI	<b>45</b>
NO	<b>39</b>



En cuanto al nivel de implementacion en las empresas, un 46% de los encuestados respondieron que no existen politicas o practicas de RSE en su empresa. Este porcentaje es el que mas nos interesa porque son los posibles candidatos a recibir un asesoramiento por parte nuestro.

**7. ¿Cuales cree que son las barreras para la aplicación de RSE en su empresa?**

<b>RESPONDENTES</b>	<b>39</b>
Falta de decisión de la alta dirección	19
NS/NC	10
Elevados costos asociados	8
No aporta Beneficios a la empresa	6
Falta de cooperación entre los implicados	2

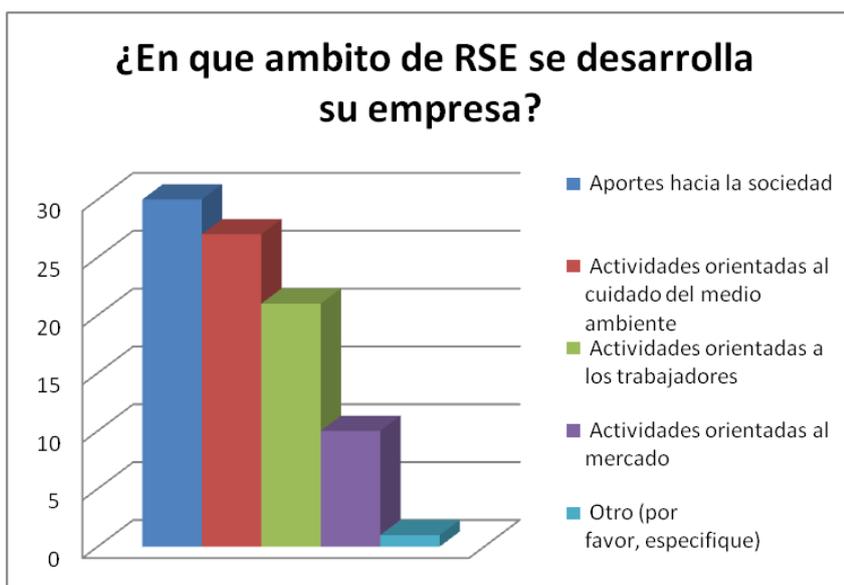


Al 46% de los encuestados respondieron que en sus empresas no se realiza RSE. Entonces les consultamos, en una pregunta de opciones múltiples, cuales creían que eran los motivos, o las barreras, que no permitian la aplicación de RSE en sus empresas. 19 encuestados de 39 (casi el 49%) cree que el motivo es la falta de decisión por la alta dirección, 10 encuestados de 39 (casi el 26%) no tienen conocimientos de cual podría ser el motivo, 8 de 39 encuestados (el 21%) cree que es porque los costos de la implementación serian elevados, 6 de 39 encuestados (un 15%) cree que no aportara beneficios a la empresa y 2 de 39 encuestados (un 5%) cree que habrá falta de cooperación entre los implicados.

Básicamente es el paradigma que intentamos modificar con asesoramiento.

**8. ¿En qué ámbito de RSE se desarrolla su empresa?**

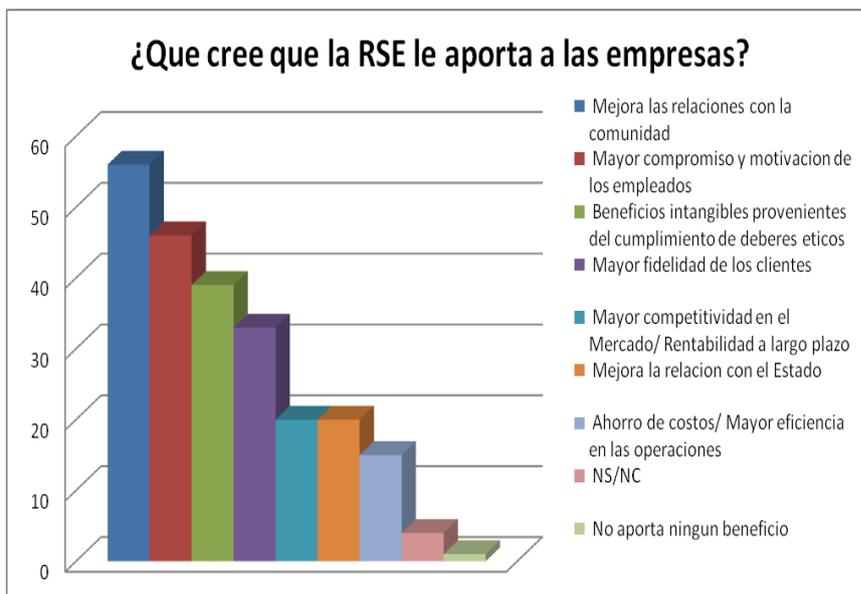
<b>RESPONDENTES</b>	<b>45</b>
Aportes hacia la sociedad	30
Actividades orientadas al cuidado del medio ambiente	27
Actividades orientadas a los trabajadores	21
Actividades orientadas al mercado	10
Otro (por favor, especifique)	1



Al 56% de los encuestados que respondieron que en sus empresas si se realiza RSE les consultamos, en una pregunta de opciones múltiples, en que ámbito de RSE se desarrolla su empresa. 30 de 45 encuestados (casi un 67%) nos informaron que en su empresa se hacen aportes hacia la sociedad. 27 de 45 encuestados (casi un 60%) hacen actividades orientadas al cuidado del medio ambiente. 21 de 45 encuestados (casi un 47%) hacen actividades orientadas a los trabajadores. 10 de 45 encuestas (casi un 22%) hacen actividades orientadas al mercado.

Esta pregunta nos orienta a las prácticas mas utilizadas en las empresas de los encuestados, que como vemos, en su mayoría, esta orientados hacia la sociedad, o hacia el medioambiente. Un menor porcentaje aplica practicas de RSE orientadas al mercado o hacia los trabajadores.

9. ¿Qué cree que la RSE le aporta a las empresas?	
RESPONDENTES	84
Mejora las relaciones con la comunidad	56
Mayor compromiso y motivación de los empleados	46
Beneficios intangibles provenientes del cumplimiento de deberes éticos	39
Mayor fidelidad de los clientes	33
Mayor competitividad en el Mercado/ Rentabilidad a largo plazo	20
Mejora la relación con el Estado	20
Ahorro de costos/ Mayor eficiencia en las operaciones	15
NS/NC	4
No aporta ningún beneficio	1



Volviendo a los 84 encuestados, les consultamos que creían que la RSE aporta a las empresas, en el cual la gran mayoría cree que genera básicamente una mejor relación con la comunidad, un mayor compromiso y motivación de los empleados. Por otro lado, gran parte de los encuestados cree que también aporta beneficios intangibles provenientes del cumplimiento de deberes éticos, mayor fidelidad de los clientes, mayor competitividad en el Mercado/ Rentabilidad a largo plazo, mejora la

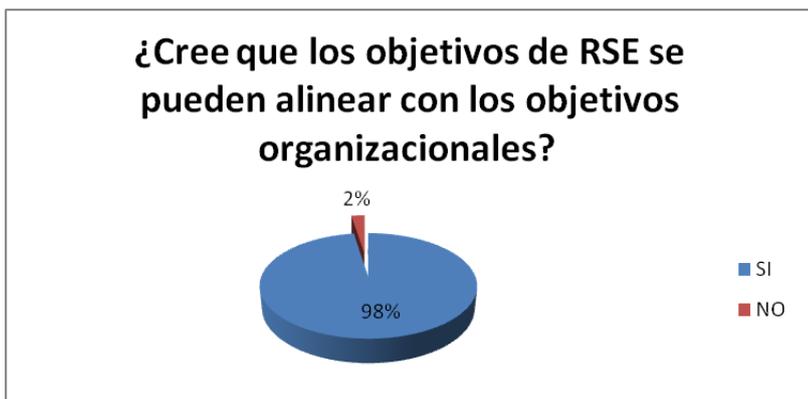


relación con el Estado y Ahorro de costos/ mayor eficiencia en las operaciones. Una minoría no sabe que aportes hace la RSE y solo uno de los 84 encuestados piensa que no aporta ningún beneficio.

Esta pregunta nos aporta a nuestra investigación la esperanza de que la mayoría de los encuestados cree que la RSE hace un gran aporte a la organización mientras que solo uno de ellos cree que no aporta nada.

**10. ¿Cree que los objetivos de RSE se pueden alinear con los objetivos organizacionales?**

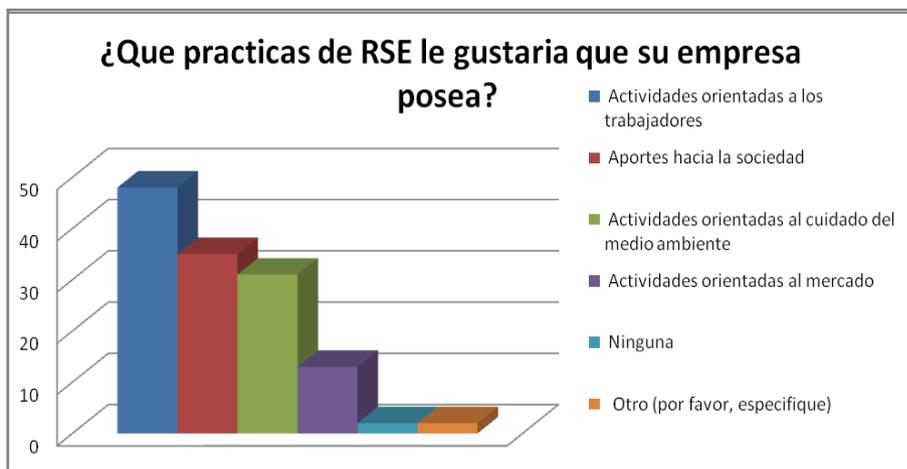
RESPONDENTES	82
SI	80
NO	2



El 98% de los encuestados cree que la RSE puede alinearse con los objetivos de la organización, lo que nos da una visión muy positiva y nos permitiría incentivar a las empresas por ese lado para que puedan comenzar a utilizar RSE.

**11. ¿Qué prácticas de RSE le gustaría que su empresa posea?**

RESPONDENTES	79
Actividades orientadas a los trabajadores	48
Aportes hacia la sociedad	35
Actividades orientadas al cuidado del medio ambiente	31
Actividades orientadas al mercado	13
Ninguna	2
Otro (por favor, especifique)	2

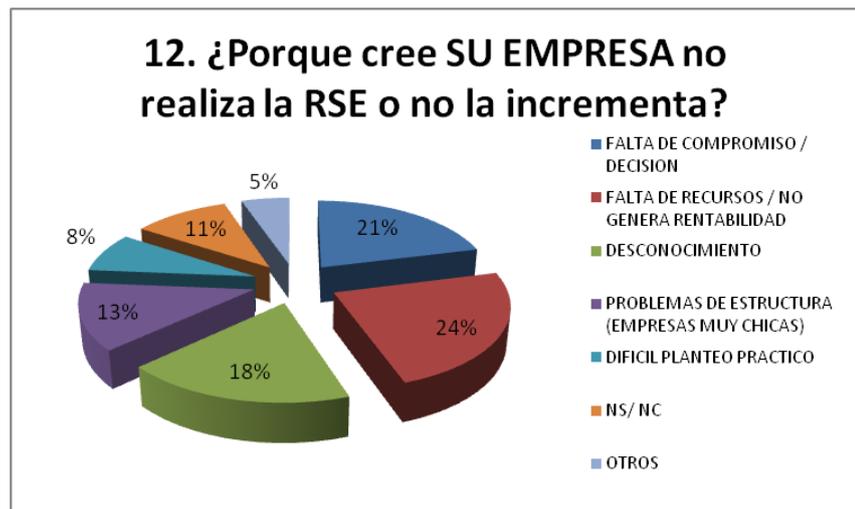


Del total de las respuestas obtenidas 79 casos, el 61 % de los casos, respondió que le gustaría prácticas orientadas a los trabajadores; si bien desconocemos cual fue el nivel jerárquico que respondió la encuesta, es compatible con los objetivos que propone la RSE, ya que si bien son muy valorables las prácticas volcadas hacia la sociedad, creemos que primero “hay que empezar por casa”. Algunas empresas realizan periódicamente donaciones con fines benéficos a ciertas instituciones y



consideran que con ello ya cumplieron en rse. Cuando en realidad debería tratarse de prácticas constantes involucrando a todos los grupos de interés comenzando por los más cercanos. A una distancia considerable de esta opción pero cercanas entre ellas con 44 % (35 casos) y 39 % (31 casos) se encuentran los aportes orientados a la sociedad y al medio ambiente respectivamente. Y en ultimo lugar con 16% (13 casos) las actividades orientadas al mercado.

12. ¿Por qué cree SU EMPRESA no realiza la RSE o no la incrementa?	
<b>RESPONDENTES</b>	<b>38</b>
FALTA DE COMPROMISO / DECISION	8
FALTA DE RECURSOS / NO GENERA RENTABILIDAD	9
DESCONOCIMIENTO	7
PROBLEMAS DE ESTRUCTURA (EMPRESAS MUY CHICAS)	5
DIFICIL PLANTEO PRACTICO	3
NS/ NC	4
OTROS	2



Si bien la respuesta era abierta, colocada con la intención de que los encuestados tengan la posibilidad de expresarse en sus respuestas y no quedar acotados a las opciones brindadas, se encontraron grandes patrones comunes entre todos los respondentes. El grafico representa el 100% de ellos, ya que cada uno manifestó cual era la razón que consideraba principal y no manifestó más que una opción. Entre las frases más llamativas encontramos: “Muchas veces lo urgente determina nuestra agenda” (considerando a la RSE como importante, pero no urgente) , “Falta de compromiso con el país y búsqueda de objetivos propios” “Algunas personas tienen mucha resistencia al cambio de paradigma” o “no genera rentabilidad”

Es importante conocer estas razones, que son específicas del ámbito de la empresa a capacitar, ya que es la primer gran barrera a sortear. Es destacable que, alrededor del 20% de los respondentes manifiesta la falta de compromiso, la falta de recursos e incluso, en un porcentaje bastante preocupante (18%), el total desconocimiento.

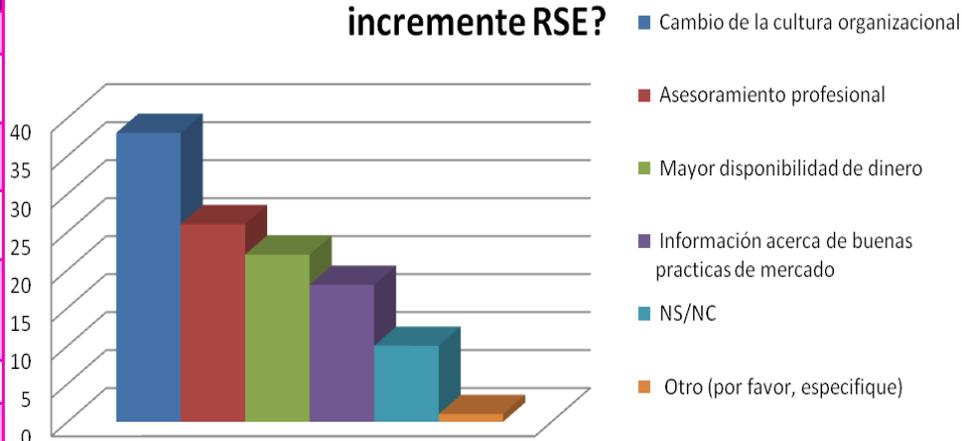
Si bien son todas opciones válidas, podemos considerar que se trata de mitos, ya que salvo el desconocimiento (el cual será nuestro campo de acción), el resto de las respuestas pueden ser consideradas “excusas”. Está demostrado que si realmente se



toma la decisión de trabajar en RSE, y se le brinda la importancia que el tema merece, se puede comenzar a trabajar con los recursos con los que se cuenta, llegando incluso en algunos casos a obtener rentabilidad por las prácticas realizadas

13. ¿Que ayudaría a que su empresa realice o incremente RSE?	
<b>RESPONDENTES</b>	<b>75</b>
Cambio de la cultura organizacional	<b>38</b>
Asesoramiento profesional	<b>26</b>
Mayor disponibilidad de dinero	<b>22</b>
Información acerca de buenas prácticas de mercado	<b>18</b>
NS/NC	<b>10</b>
Otro (por favor, especifique)	<b>1</b>

### ¿Que ayudaria a que su empresa realice o incremente RSE?



Sobre un total de 75 respuestas obtenidas, poco mas de la mitad ( 51 % - 38 casos) considerando que para que su empresa realice o incremente sus practicas de RSE debia darse un cambio en la cultura organizacional. Si bien esta es una de las barreras mas dificil de quebrantar ya que la cultura organizacional es aquello que caracteriza a la organización, y el proceso se asimilaria a cambiar la “personalidad” de un ser humano, muchas veces se confunde este concepto con una falta de decision de la alta direccion. Es decir, se cree que se debe dar un cambio de cultura organizacional cuando en realidad hay que tomar la decision de comenzar a realizar practicas de RSE, decision que no se toma por algun otro motivo (desconocimiento, falta de recursos, etc) que queda solapado bajo el concepto de cambio de cultura.

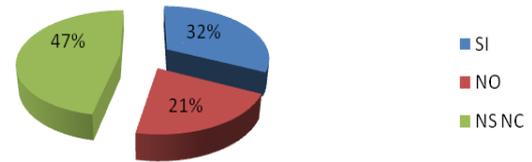
En segundo lugar con un 35% (26 casos) se encuentra la falta de asesoramiento profesional, nuestro campo de accion. Lo cual nos brinda la oportunidad de ejecucion del proyecto. En tercer lugar con un 29% (22 casos) considera que lo que ayudaria es contar con mayor disponibilidad de dinero, paradigma que hay que cambiar. Por ultimo, un 24% de los respondientes (18 casos) lo atribuye a la falta de informacion acerca de las buenas practicas de mercado; opcion que tambien nos brinda una oportunidad para accionar. Cabe mencionar que en esta pregunta fue significativo el porcentaje de respuestas que n/s-n/c, un 13 % (10 casos)



14. ¿En su empresa estarían dispuestos a recibir asesoramiento personalizado de RSE vía mail?

<b>RESPONDENTES</b>	<b>81</b>
SI	26
NO	17
NS/NC	38

¿En su empresa estarían dispuestos a recibir asesoramiento personalizado de RSE via mail?



La última pregunta resulta clave para comenzar luego con la etapa preliminar del proyecto, ya que se pregunta sobre la voluntad de participación (filtro esencial para conformar la etapa preliminar). Afortunadamente los porcentajes son alentadores, ya que si bien un 21% de los encuestados que respondieron esta pregunta dijeron que no estarían dispuestos, hay 26 empresas que aceptarían el asesoramiento que brindamos, llegando a conformar el 32% de respuestas, y existe aun un 47% que si bien no dio su respuesta de manera positiva, tampoco la dio de manera negativa, por lo cual, no se descarta por completo su participación.



### 4.3 Evaluación económica Vs Evaluación Social

El proyecto beneficiará, a través del asesoramiento directo, a 10 empresas en su etapa preliminar. Pero los resultados no se miden solo en la cantidad de empresas asesoradas, ya que el efecto se irá multiplicando en la sociedad de la siguiente manera:

La RSE, como ya hemos mencionado, comprende básicamente 5 enfoques:

- Trato correcto al personal
- Trato limpio con el consumidor.
- Cuidado del ambiente.
- Coherencia en la aplicación de su código de ética.
- Compromiso de la empresa con las grandes causas de interés público.

Cabe aclarar que el enfoque centrado en la coherencia en la aplicación del Código de Ética involucra básicamente a organizaciones que trabajan a nivel mundial y que las mismas deben aplicar dicho código en todos los países en donde operan, tanto en países desarrollados como en los subdesarrollados. Es por ello que este enfoque nosotros no lo tendremos en cuenta ya que es inaplicable a PYMES con influencia únicamente local.

Cada uno de estos enfoques permitirá expandir los efectos de manera diferente en la sociedad en general, logrando un efecto acumulativo, expresado de diferentes maneras, con un impacto mucho mayor que el puntualizado en las 10 empresas que conformaran el universo preliminar de casos en la primera etapa del proyecto.

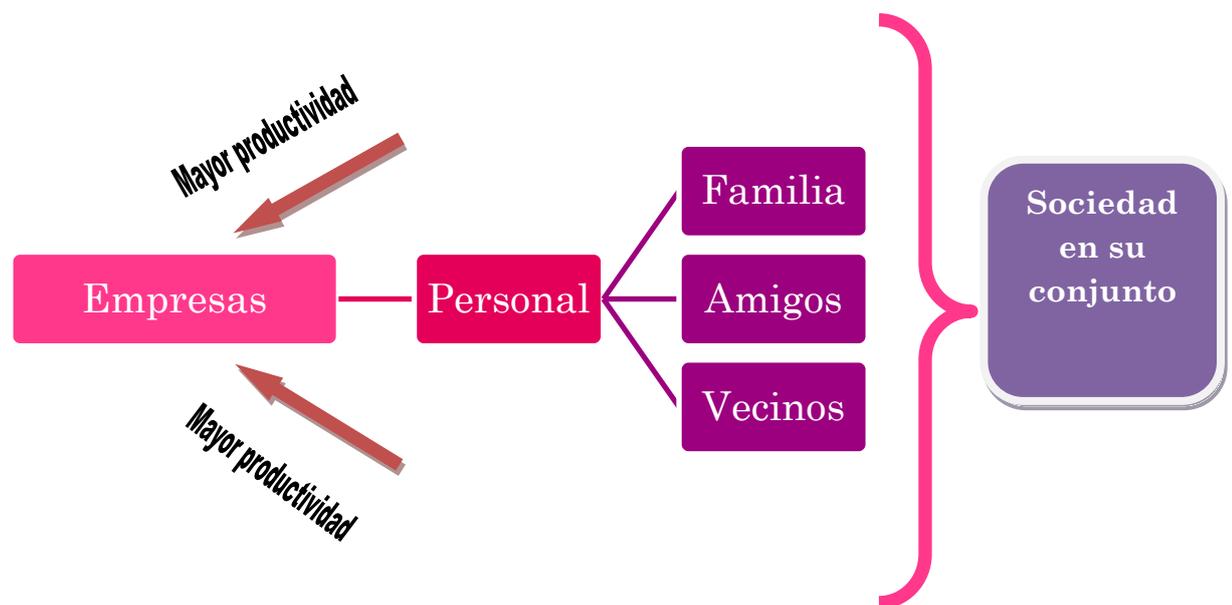
Para ejemplificar todo esto, mostramos el efecto derrame que puede llegar a producir la ejecución del proyecto:

1. El proyecto beneficia a 10 empresas, que aplicarán políticas de trato correcto con su personal. Si suponemos que en promedio estas empresas tienen trabajando entre 20 y 50 personas en relación de dependencia, se verán beneficiados con el proyecto, entre 200 y 500 trabajadores, a través de políticas de remuneraciones justas, participación en tomas de decisiones, no discriminación, etc. Pero no solo se beneficiará al personal, a través de estas políticas,



sino que el beneficio repercutirá en las familias de los trabajadores. Entonces ya no son solamente 200 trabajadores más felices y conformes con su trabajo, sino que también, serían entre 200 y 500 familias que se beneficiarían, de manera indirecta con el programa.

Igualmente, el beneficio percibido por los trabajadores se volcará en la empresa, a través de mayor productividad y eficiencia, producida por la motivación de la autorrealización personal de los trabajadores.



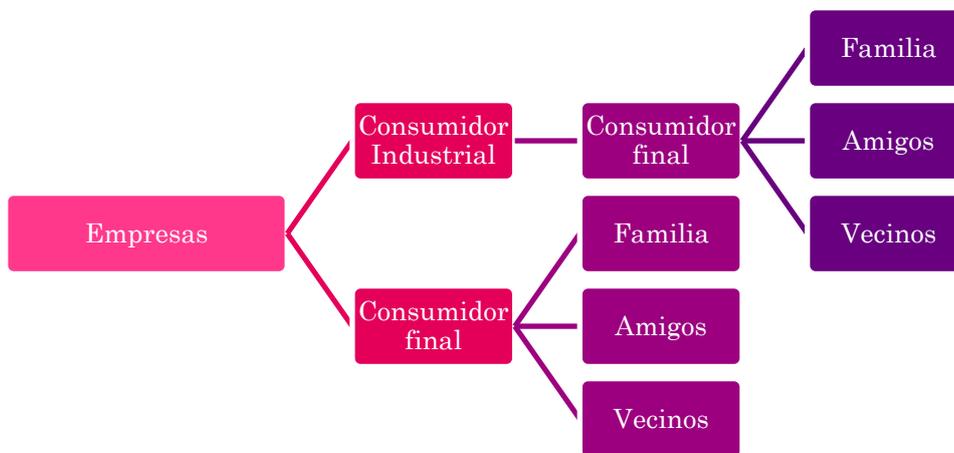
- El proyecto beneficiará a 10 empresas, que aplicarán políticas de trato limpio con el consumidor. Pero el efecto de estas acciones no culmina en las 10 empresas. Esto beneficiará en manera indirecta a todo el universo de consumidores a las que ellas alcanzan. Consumidores finales o clientes industriales, que a su vez transmitirán los efectos a consumidores finales. Suponiendo (y siendo muy conservadores), que como mínimo cada empresa tiene llegada a 50 consumidores de manera directa a través de sus productos, esto representa 50 familias que se beneficiarán de manera indirecta con la ejecución del programa. Pero no termina allí el efecto, ya que estas 50 familias, que tienen contacto directo con otras familias que conforman la sociedad promulgarán el ejemplo ejerciendo presión para el cambio de actitud de otras



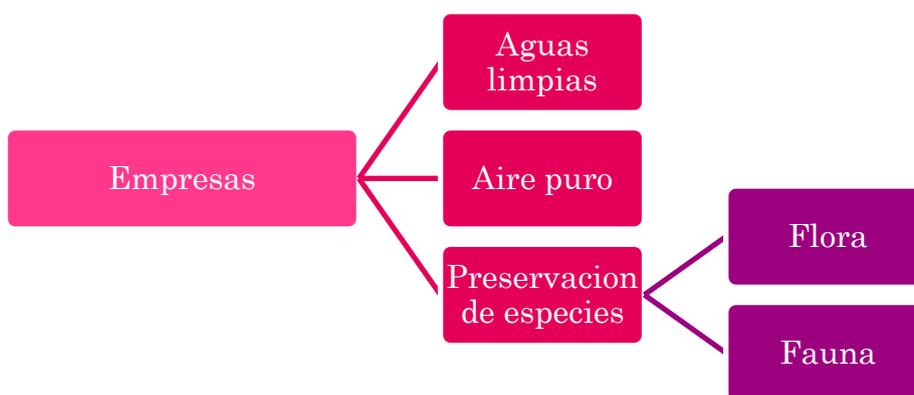
Actitud Positiva



empresas del mismo rubro, expandiéndose de esta manera los efectos generados, también a las empresas que conforman el sector industrial a la que pertenecen.



- El proyecto beneficiará a 10 empresas, que aplicarán políticas de cuidado del medio ambiente. Esto puede tener un impacto directo en el cuidado de lagos, ríos, aire puro dentro de la zona de influencia de la empresa, conservación de árboles, de diversas especies animales, etc. Se busca crear conciencia para evitar la contaminación



- El proyecto beneficiará a 10 empresas, las cuales se comprometerán con las grandes causas de interés público. Una forma sencilla de hacerlo es a través del apoyo institucional a diversas ONGs, fundaciones o asociaciones que trabajen sobre temáticas específicas. Así, el proyecto tendrá un efecto indirecto en causas de protección de sectores vulnerables de la sociedad.



Se puede visualizar fácilmente que el proyecto tendrá una rentabilidad social positiva, que supera la rentabilidad privada.

También las empresas que adhieran al asesoramiento de La Consultora podrán observar una rentabilidad social positiva, y rentabilidad privada también positiva.



## PARTE V- CONCLUSION

Las empresas, como principales actores de la comunidad y de la economía, deben focalizarse en el desarrollo sustentable, que implica al mismo tiempo bienestar social. Deben restituirle a la sociedad aquello que la misma les brinda y asumir la responsabilidad de generar cambios sociales. Se pretende que las PYMES asuman esta obligación como propia, del mismo modo que lo hacen las grandes empresas que se benefician con su implementación. Consideramos que la puesta en práctica del presente proyecto es el medio adecuado para alcanzar el objetivo planteado.

Creemos y tenemos la convicción de que la Responsabilidad Social Empresarial es una temática ampliamente aceptada por la sociedad, que a veces sin conocer los conceptos en términos académicos, otras veces con mayores fundamentos, se ha convertido en una demanda social latente.

Si bien en un principio pareciera difícil contar con la voluntad de las empresas para participar del proyecto, observamos, a través de las encuestas, un gran interés por la realización de políticas o prácticas de RSE y sobre todo una gran predisposición a

recibir asesoramiento sobre la temática. Esto representa un gran avance para el grupo ya que el próximo paso sería hablar y convencer a la persona de influencia en la empresa de aceptar nuestro asesoramiento.

La idea es generar un marketing positivo que se retroalimente, empezando con la implementación de pequeñas acciones de RSE, logrando entusiasmar a los empresarios y el público en general gracias a los resultados positivos que estas acciones generen, y seguir creciendo cada vez más en este sentido generando así un círculo virtuoso.

Así probaremos que un pequeño aporte puede generar grandes cambios. Gracias al involucramiento de las empresas en RSE, y su contribución en este sentido, el beneficio puede llegar a muchas personas (empleados, clientes, miembros de la cadena de valor, y la sociedad en general), e incluso se puede mejorar el medio ambiente y generar beneficios a nivel corporativo (como el mejoramiento de la imagen de la empresa y la fidelización de los clientes).

Sumado al asesoramiento las jornadas en RSE, se convertirán en un medio de difusión para generar conciencia de progreso social. A través de la convocatoria a empresarios, alumnos, profesores, graduados, trabajadores y políticos se intenta lograr cambios con participación ciudadana.

Este es un proyecto social, y como tal depende en gran medida de que genere rentabilidad social positiva y como quedo demostrado esto ocurre.



Poseemos los requisitos fundamentales para empezar: **Actitud Positiva** y voluntad para asesorar a las empresas en RSE. El desafío más importante es cambiar el paradigma que se genera en los empresarios de PYMES de que la RSE “no genera rentabilidad”, “no es posible porque son muy pequeños” o que “necesitan de grandes inversiones para llevarla a la práctica”. Una vez superada esta barrera solo nos queda actuar, asesorar y posteriormente evaluar los resultados generados en las empresas que participen del proyecto.

Nuestro objetivo es más ambicioso aun, estamos seguros que el éxito de cada una de las acciones implementadas en las empresas se multiplicará en otras mediante la difusión del modelo y sus resultados.

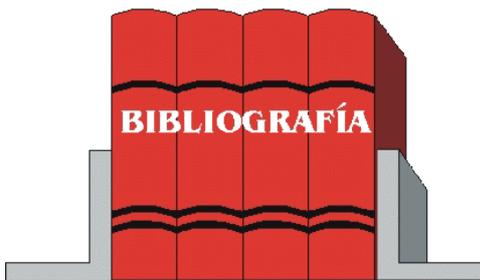
**¡EL MOMENTO DE EMPEZAR ES HOY!**



## SECCION DE REFERENCIA

## Bibliografía

- ✓ Taller de Trabajo sobre Elaboración de Proyectos Sociales I
- ✓ Cómo elaborar un proyecto. Guía para diseñar proyectos sociales y culturales” - Ander-Egg y Aguilar Ibáñez
- ✓ Instructivo para Ideas para el desarrollo local
  - ✓ Cammarota, Estela; Berenblum, Daniel, Responsabilidad Social Empresarial y Gerencia Social: Partícipes necesarios para el Desarrollo Humano
  - ✓ Kliksberg, Bernardo. Responsabilidad Social Empresarial: ¿Moda o demanda social?
  - ✓ Vallaey, François, “La responsabilidad social de las organizaciones”
  - ✓ Kliksberg, Bernardo. Primero la gente. Una mirada desde la ética del desarrollo a los principales problemas del mundo globalizado.
- ✓ Suplemento PYMES- ámbito financiero. 25/06/2010 “Las más grandes creadoras de empleo”
- ✓ Suplemento PYMES- ámbito financiero. 12/03/2010 “Radiografía de una nación que apuesta al sector productivo”
- ✓ Encuesta sobre Responsabilidad Social Empresarial RSE – 2008-09- (Noviembre 2009) ANDI
- ✓ TENDENCIAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA EN ARGENTINA- Marcelo Paladino y Anupama Mohan Con la colaboración de Amalia Milberg-
- ✓ IAE – Escuela de Dirección y Negocios de la Universidad Austral- Documento de Investigación-Junio 2002
- ✓ La Responsabilidad Social Empresarial de las Pymes- ejemplos prácticos para fomentar la competitividad de las Pymes- Folleto basado en el estudio CSR and Competitiveness European SMEs’ Good Practice-



## Sitios Web

- ✓ [http://www.ghedinconsultora.com.ar/PUBLICACIONES\\_FILE/NORMAS-RSE-PYMES-ARGENTINA-AL-MUNDO.pdf](http://www.ghedinconsultora.com.ar/PUBLICACIONES_FILE/NORMAS-RSE-PYMES-ARGENTINA-AL-MUNDO.pdf) (Las normas de responsabilidad social de la empresa como barrera para el ingreso de las PYMES Argentinas a los mercados globales – Darío Brasca, Adrian Pollan, Daniel Semyraz- Córdoba diciembre 2002)
- ✓ [www.redunirse.org](http://www.redunirse.org)
- ✓ <http://montsemarketing.wordpress.com/2010/08/31/rse-y-las-pymes>
- ✓ <http://mapeo-rse.entornos.com.ar/>



## ANEXOS

Existen al menos seis programas de RSE mas replicados en Argentina<sup>7</sup>:

1. Aliarse con una Fundación para apoyar a jóvenes que están próximos a la vida universitaria para capacitarlos en su Primer Empleo
2. Extender la Licencia por Paternidad más allá de lo establecido por la regulación laboral
3. Desarrollar un Programa de Educación Ambiental para niños de hasta 12 años, que incluya visitas a las instalaciones de la empresa
4. Colocar cestos especiales para el reciclado de Papel y Cartón (en Buenos Aires, destinando a la Fundación Garrahan)
5. Optimización del Consumo Energético mediante el uso de lámparas de bajo consumo
6. Contribuir con la Comunidad Inmediata para la apertura de nuevos espacios para los vecinos o su remodelación

A continuación, y solo a modo de sugerencias, describimos algunas acciones de fácil implementación, que tienden a incrementar el compromiso de las empresas con la sociedad. Así, mostramos desde pequeñas acciones que ayudan a proteger al medio ambiente, hasta instituciones como ONGs, o fundaciones, comprometidas con diversas causas sociales hacia las cuales se puede canalizar la ayuda de manera institucional.

Demás esta aclarar que la manera de ser socialmente responsables tiene mucho que ver con la creatividad del empresario y de los consultores, que derivara en el desarrollo de un plan alineado a los objetivos estratégicos organizacionales, y que no se limita a la implementación de alguna de estas sugerencias.

---

<sup>7</sup> <http://rseonline.com.ar/2010/03/programas-de-rse-mas-comunes/>



## ANEXO I- Trato correcto a su personal

La responsabilidad social en el lugar de trabajo corresponde a métodos y políticas establecidas por la empresa que impactan positivamente en la vida profesional y personal del empleado. Estas políticas de recursos humanos incluye temas como: compensaciones, beneficios, desarrollo humano y profesional, horas laborables flexibles, balance entre vida y trabajo, bienestar y salud, cuidado de dependientes y diversidad de género y raza.

Algunas opciones que se pueden implementar para mejorar la relación con el personal y el desempeño del mismo se pueden basar en el desarrollo de las siguientes ideas:

- Cuidado a domicilio de los niños enfermos para que los padres puedan ir al trabajo
- Apoyo a través de becas o programas especiales para que los empleados terminen sus estudios o se desarrollen en un área de estudio determinada.
- Guardería para los hijos de los trabajadores
- Reducción de la jornada laboral, o “días libres” dentro de la semana laboral.
- Programas integrales de prevención de riesgos de trabajo
- Premios y/o bonificaciones dinerarias a los empleados
- Promoción de un estilo de vida saludable. Pago de gimnasios, o instalaciones en las fabricas
- Acceso a mejores prestaciones medicas de salud (mas allá de lo vigente en la legislación laboral)
- Mecanismos de participación en la toma de decisiones
- Programas de capacitación y desarrollo de carrera dentro de la organización
- Programas de “Primer empleo”. Las empresas ofrecen a los jóvenes entre 18 y 21 años, en la etapa inicial de empleo, dar al menos una semana de prácticas laborales, con el fin de involucrarlos en la cultura del trabajo, relacionando la teoría con la práctica, orientando su perfil laboral inicial.
- Incorporación de madres, discapacitados y personas que se encuentren fuera del mercado laboral como empleados, para lograr integrar a la mayor cantidad de personas, eliminando restricciones laborales.



## ANEXO II- Trato limpio con el consumidor

Hay muchas formas de demostrarle al cliente que es lo más importante de la empresa. Es importante que el empresario no pierda el foco nunca en este sentido. Además de formar parte de uno de los pilares básicos de lo que es la RSE, el trato limpio al consumidor es un deber inherente de la empresa, ya que los clientes forman parte de la razón de ser de ella.

Algunas buenas prácticas en este sentido pueden ser:

- Introducir la idea de fabricar productos saludables, de buena calidad y con precios razonables.
- Difundir la obligatoriedad de la triple rendición económica, social y medioambiental en los balances.
- Establecer mecanismos de feedback con el cliente, como libros de recomendaciones y quejas, líneas telefónicas de consultas o e-mails de contacto
- Informar al cliente sobre la calidad de los productos y servicios ofrecidos, las recomendaciones, y todo aquello relevante para que el consumidor tome una adecuada decisión de compra.
- Mantener siempre un trato cordial con el cliente, ya sea al momento de la pre-compra, cuando la misma se efectiviza o en el momento de formular una queja o sugerencia.



ANEXO III-Cuidado del ambiente<sup>8</sup>

Hoy más que nunca, es importante que la empresa establezca procedimientos que tengan en cuenta el bienestar del medioambiente. Su relación con el entorno es vital, y es por ello que cada vez más, los consumidores priorizan a las empresas que producen “productos verdes”, “productos limpios” o que no dañen el medio ambiente.

Pero la responsabilidad no se acota a la elaboración de los productos. Cada proceso de la compañía debe intentar utilizar los recursos de la manera más eficiente posible, realizando un “consumo responsable” de los insumos utilizados.

A modo de ejemplo, estas son algunas prácticas habituales, utilizadas por las empresas para cuidar el medio ambiente:

- Ahorrar en consumo de agua. Una forma de hacerlo es instalar reductores de caudal en los grifos.
- Ahorrar en consumo de energía. Una buena forma de hacerlo es utilizando lámparas de bajo consumo. Proporcionan la misma luz, duran ocho veces más y ahorran hasta un 80% de energía.
- Imprimir en doble faz los documentos para ahorrar papel
- En la medida de lo posible, optar por la utilización de materiales reutilizables.
- Clasificar los residuos, para facilitar el reciclaje de los mismos y la disposición final adecuada de aquellos inutilizables nuevamente y peligrosos.
- Reducir al máximo posible la generación de residuos
- Implementar la facturación electrónica, para ahorrar papel.
- Mantener los sistemas de calefacción a no más de 20º C

Además de “las buenas prácticas para el cuidado del medio ambiente”, la empresa también podrá participar en programas de otras entidades (ya sean ONGs, Fundaciones, o cualquier tipo de entidad que proteja el medio ambiente)

Algunas de las más difundidas en Argentina son *La Fundación Garrahan*, o *Greenpeace*.

---

<sup>8</sup> [www.vidasolidaria.com](http://www.vidasolidaria.com)

<http://www.nagusiakmartxan.com>



Programa de reciclado de la Fundación Hospital de Pediatría Garrahan<sup>9</sup>**Fundación Garrahan**

La **Fundación Garrahan** es una entidad de la sociedad civil cuya **misión** es alentar en todos los aspectos el desarrollo del Hospital de Pediatría Prof. Dr. Juan P. Garrahan.

Fue inaugurada el 21 de marzo de 1988. Su **objetivo** principal es el apoyo permanente tanto a las actividades asistenciales como a las de docencia e investigación.

Asimismo, esta Fundación presta atención a las **necesidades** sociales y emocionales de los pequeños pacientes y sus familias, preferentemente a los más necesitados.

El cumplimiento de su misión se realiza a través de distintos programas que articulan la participación comunitaria.

Desde los más diversos sectores de nuestra población se canaliza la solidaridad hacia la Fundación como reconocimiento de los servicios que presta el Hospital Garrahan.

Nuestra institución trabaja con la convicción que **la salud es un derecho que todos merecen alcanzar**.

Su **compromiso** con la comunidad y la difusión que hace de sus acciones ha generado una mayor responsabilidad social.

La Fundación reúne a quienes desean sumar esfuerzos para apoyar sus proyectos.

**¿EN QUÉ INVIERTE SUS INGRESOS LA FUNDACIÓN?**

- Compra de insumos y equipamiento médico de avanzada tecnología que son incorporados a los distintos servicios del Hospital.
- Formación y capacitación de médicos, enfermeras y demás integrantes del equipo de salud.
- Funcionamiento y sostén de Casa Garrahan.
- Financiamiento de diversos programas:

<sup>9</sup> <http://www.vaporlospibes.com.ar/>



- Docencia e Investigación
- Biblioteca
- Editorial
- Escuela Hospitalaria
- Equipamiento Informático
- Ayuda social a niños carentes de recursos. Provisión de oxígeno y viáticos
- Mantenimiento Edificio.

## DOCENCIA E INVESTIGACIÓN

En el marco de su alianza con los objetivos del Hospital Garrahan, la Fundación apoya las actividades de Docencia e investigación.

Sus planes de formación y actualización científica están dirigidos a todos los integrantes del equipo de salud.

- Programas de becas de capacitación e investigación: subsidiados por la Fundación mediante vínculos con empresarios y con representantes de distintos sectores de la comunidad.
- Organización de congresos, seminarios, jornadas y simposios científicos
- Programa de Capacitación a Distancia (PROCAD): A través del mismo la Fundación cumple el objetivo de formar y capacitar recursos humanos, cuando existen dificultades de acceso a la actualización de conocimientos científicos, para los profesionales del interior del país. Se desarrollan los siguientes cursos:
  - Administración de Servicios de Alimentación.
  - Educación y Salud: El abordaje pedagógico del niño hospitalizado.
  - Enfermería Pediátrica y Neonatal.
- Edición de la revista de Medicina Infantil. Publicación científica trimestral.
- Publicación de libros, normas y videos.
- Gestión de suscripciones bibliográficas a nivel nacional e internacional.

### Proyecto ecológico

El reciclaje es un tratamiento que se da a los residuos para que gran parte de lo que se desecha como basura vuelva a la cadena de consumo transformado en nuevos productos.

En el planeta, se desperdician miles de toneladas de desechos que podrían reciclarse con la tecnología moderna. Es por eso que creemos que es importante promover la reducción de basura que cada uno de nosotros genera a lo largo de nuestra vida.



- Con cada tonelada de papel reciclado logramos salvar 17 árboles medianos, que demoran entre 10 y 20 años en crecer.
- Reciclando papel se ahorra un 70% de agua y un 45% de la energía que se utiliza para la fabricación de papel tradicional y se reduce la contaminación del aire.
- La fabricación de diferentes productos a partir del reciclado de Tapitas de Plástico evita el uso de petróleo.

La recuperación de papel, tapitas y bronce en magnitudes importantes constituye una acción significativa y de gran repercusión social.



### Proyecto solidario

El éxito que el Programa obtiene demuestra que aún en épocas difíciles es posible ser solidario

Lo recaudado en este Programa se aplica en:

- **Funcionamiento y sostén de Casa Garrahan**, que se suma a lo aportado por los padrinos. Casa Garrahan es un hogar donde se hospedan niños de bajos recursos que viven a más de 100 kilómetros y se encuentran en tratamiento ambulatorio en alguno de los hospitales pediátricos de Buenos Aires.
- **Compra de equipamiento médico de avanzada tecnología:** Instalación en quirófanos, asistencia en CIM y cirugías, equipamiento para videocirugías y para el área de neonatología.
- **Compra de insumos:** (oxigenadores para cirugías cardiovasculares, leches maternizadas, pañales, sondas, vías prolongadoras, saturómetros, catéteres, material descartable para cirugías, etc.)
- **Reparación de equipamiento de alta complejidad:** (equipos de laboratorios, imágenes, ecógrafos, videocolonoscopio, videogastroscopio, etc.).
- **Formación y capacitación de médicos y enfermeras:** Responsables de asistir a los futuros pacientes de todo el país.



- **Ayuda Social:** a niños carentes de recursos en GBA e interior. Provisión de oxígeno y viáticos.
- **Mantenimiento Edificio.**
- **Financiamiento de otros programas:** Biblioteca, Editorial, Educación continua, Talleres, Escuela Hospitalaria, Equipamiento Informático, otras obras en desarrollo.

## PROGRAMA DE RECICLADO DE PAPEL PARA EMPRESAS DE CAPITAL FEDERAL Y GRAN BUENOS AIRES

### ¿Cómo participar?

- La empresa interesada deberá ser de Capital Federal o Gran Buenos Aires, en caso de no ser de esta zona dirigirse a la sección Interior. Asimismo deberá contar como mínimo con 70 empleados administrativos para poder generar el volumen de material que solicitamos para pasar a retirar semanalmente, en caso de no cumplir con este requisito, deberán contar con un espacio donde acumular las bolsas hasta llegar a la cantidad que pasamos a retirar.
- Para juntar el material, la Fundación proveerá de 1 caja (de 60 cm por 40 cm) cada 10 ó 15 empleados; dentro de las mismas tendrán que colocar una bolsa tipo consorcio, una vez completa de papeles, deberá ser retirada y reemplazada. El papel embolsado será trasladado por el personal que designen en la empresa a una caja más grande donde se acumularán las bolsas. Esta puede ser provista también por la Fundación y mide 1,20 x 1,20 m. (capacidad aproximada, 200 kilos). (Dicha caja es opcional ya que la empresa o institución podrá optar por acumular las bolsas en otro contenedor que ya posea). Ambas cajas son de cartón corrugado resistente, tienen impreso el logo de la Fundación y datos correspondientes al Programa.
- El retiro mínimo de papel por Institución es de 500 kg, que equivale a 30 o 40 bolsas tipo consorcio o 250 cajas tipo archivo llenas de papel. No deje de consultar si no puede cumplir con este requisito.
- Es fundamental disponer de un espacio físico para acumular las bolsas con papel. Una vez que hayan juntado el mínimo estipulado, deberán contactarse con la Fundación llamando por teléfono o bien enviando un mail a [inforeciclado@fhg.org.ar](mailto:inforeciclado@fhg.org.ar), y pasaremos a retirarlo luego de 72 hs. aproximadamente.

## PROGRAMA DE RECICLADO DE TAPITAS DE PLASTICO PARA EMPRESAS DE CAPITAL FEDERAL O GRAN BUENOS AIRES

### ¿Cómo participar?

- La empresa interesada deberá ser de Capital Federal o Gran Buenos Aires, en caso de no ser de esta zona dirigirse a la sección Interior.



- Para juntar el material, la Fundación proveerá de frascos (14 cm. de diámetro x 19 cm. de alto) dentro de los mismos colocarán las tapitas de gaseosa y agua mineral. Una vez completos, su contenido deberá ser volcado en una caja y trasladado por el personal que designen en la empresa a donde se acumularán las cajas hasta su retiro. El frasco es de plástico con una etiqueta donde está impreso el logo de la Fundación y datos e imágenes correspondientes al Programa.
- El retiro mínimo de tapitas por Institución es de 500 kg, que equivale a 30 o 40 cajas tipo resma A4 llenas de tapitas. No deje de consultar si no puede cumplir con este requisito.
- Es fundamental disponer de un espacio físico para acumular las cajas con tapitas. Una vez que hayan juntado el mínimo estipulado, deberán contactarse con la Fundación llamando por teléfono o bien enviando un mail a [inforeciclado@fhg.org.ar](mailto:inforeciclado@fhg.org.ar), y pasaremos a retirarlo luego de 72 hs. aproximadamente.

## **PROGRAMA DE RECICLADO DE LLAVES DE BRONCE PARA EMPRESAS DE CAPITAL FEDERAL O GRAN BUENOS AIRES**

### ¿Cómo participar?

- La empresa interesada deberá ser de Capital Federal o Gran Buenos Aires, en caso de no ser de esta zona dirigirse a la sección Interior.
- Para juntar el material, la Fundación proveerá de 1 RECIPIENTE PARA LLAVES (50 cm. de alto x 30 cm. de ancho x 16 cm. de profundidad) por empresa; dentro del mismo colocarán las llaves de bronce, que es muy fácil de verificar con el imán que está adherido al recipiente, ya que las llaves que no atraen el imán son las que sirven. Una vez completo el recipiente deberá ser trasladado por el personal que designen en la empresa a donde se lo guardará hasta el momento de su retiro. El recipiente es de madera con una etiqueta donde está impreso el logo de la Fundación y datos e imágenes correspondientes al Programa. Asimismo, tiene una ranura por donde introducir las llaves y un imán para verificar si las llaves son las correctas, antes de introducirlas. Todos los recipientes de llaves tienen un número de seguimiento y un precinto numerado, el que bajo ningún concepto debe ser alterado, ni abierto, por cuestiones de seguridad.
- Una vez completo el recipiente para llaves podrá ser retirado de la Institución. Para ello deberán contactarse con la Fundación llamando por teléfono o bien enviando un mail a [inforeciclado@fhg.org.ar](mailto:inforeciclado@fhg.org.ar), y pasaremos a retirarlo luego de 72 hs. aproximadamente.

Si querés colaborar en más de un programa, te explicamos a continuación cómo proceder...



**Si sos de Capital Federal o Gran Buenos Aires, nuestra logística pasará a retirar tus donaciones, siempre y cuando llegues al mínimo estipulado.**

### ¿Cómo participar?

- Es fundamental disponer de un espacio físico para acumular las bolsas y cajas con papel, tapitas y llaves hasta llegar a la cantidad que pasamos a retirar.
- Para juntar los distintos materiales, la Fundación proveerá de los siguientes elementos de difusión, según colaboren en los distintos programas. Consultar por cantidades disponibles, según institución y otros, a Fundación.

Si van a participar del Programa de Reciclado de papel, se les otorgará 1 caja (de 60 cm por 40 cm) dentro de la misma colocarán una bolsa tipo consorcio. Una vez completa de papeles, deberá ser retirada y reemplazada. El papel embolsado será trasladado por el personal que designen a una caja más grande donde se acumularán las bolsas. Esta puede ser provista también por la Fundación y mide 1,20 x 1,20 m. (capacidad aproximada, 200 kilos). (Dicha caja es opcional ya que la institución podrá optar por acumular las bolsas en otro contenedor que ya posea). Ambas cajas son de cartón corrugado resistente, tienen impreso el logo de la Fundación y datos correspondientes al Programa. Asimismo, contamos con bandejas de escritorio para aquellas empresas que lo deseen.

Si a su vez, van a colaborar con el Programa de Reciclado de Tapitas, se les proveerá de 1 o más frascos (14 cm. de diámetro x 19 cm. de alto); dentro del mismo colocarán las tapitas de gaseosa y agua mineral. Una vez completo, su contenido deberá ser volcado en una caja y trasladado por el personal que designen a donde se acumularán las cajas con tapitas y bolsas con papel hasta su retiro. El frasco es de plástico con una etiqueta donde está impreso el logo de la Fundación, con datos e imágenes correspondientes al Programa.

En caso de también participar en el Programa de Reciclado de Llaves, se les entregará 1 recipiente para llaves (50 cm. de alto x 30 cm. de ancho x 16 cm. de profundidad); dentro del mismo colocarán las llaves de bronce, que es muy fácil de verificar con el imán que está adherido al recipiente, ya que las llaves que no atraen el imán son las que sirven. Una vez completo el recipiente deberá ser trasladado por el personal que designen a donde se lo guardará hasta el momento de su retiro. El recipiente es de madera con una etiqueta donde está impreso el logo de la Fundación, con datos e imágenes correspondientes al Programa. Asimismo, tiene una ranura por donde introducir las llaves y un imán para verificar si las llaves son las correctas, antes de introducirlas. Todos los recipientes de llaves tienen un número de seguimiento y un precinto numerado, el que bajo ningún concepto debe ser alterado, ni abierto, por cuestiones de seguridad.



- El retiro mínimo por Institución es de 500 kg entre papel, tapitas y llaves, que equivale a 30 o 40 bolsas tipo consorcio llenas de papel, o 30 o 40 cajas tipo resma A4 llenas de tapitas o, una vez que el recipiente de llaves esté lleno. Tener en cuenta que los 3 materiales pueden ser retirados en el mismo momento, la logística es la misma, por lo tanto deben llegar a 30 o 40 bultos entre papel y tapitas o se retirará una vez que el recipiente de llaves esté completo. De todas formas, no deje de consultar si no puede cumplir con este requisito.
- Una vez que hayan juntado el mínimo estipulado, deberán contactarse con la Fundación llamando por teléfono o bien enviando un mail a [inforeciclado@fhg.org.ar](mailto:inforeciclado@fhg.org.ar), y pasaremos a retirarlo luego de 72 hs. aproximadamente.

#### **Tener en cuenta que.....**

- **Los papeles no se pueden reciclar si están sucios. Los papeles que sirven son los que se detallan en la sección: que papeles sirven. Los mismos deben estar embolsados, atados o empaquetados al momento de la entrega.**
- **Las tapitas que sirven son las de plástico de gaseosa o agua mineral, las mismas deben ser entregadas en cajas no en bolsas para evitar que se rompan y se pierdan.**
- **Las llaves que sirven son las de bronce, plateadas o doradas, que no atraigan el imán. (se puede probar fácilmente con cualquier imán de publicidad que podemos tener en la heladera)**



## ANEXO IV- Compromiso de la empresa con las grandes causas de interés público.

### **Actuar hoy ORG<sup>10</sup>**

Actuar Hoy está conformada por un equipo de profesionales dedicados y comprometidos con la construcción de una sociedad con oportunidades para todos.

Los proyectos que lleva adelante comenzaron a desarrollarse en el año 2000, y la Fundación fue institucionalizada el 20 de abril de 2003. Desarrolla su labor en Argentina, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en la Provincia de Buenos Aires. Se encuentra inscripta en la Inspección General de Justicia (Resolución N° 001428).

#### **Consejo de administración:**

Presidente: Facundo Montes de Oca

Vicepresidente: Luciano Iramain

Secretario: Pablo Guillermo Moschen

Tesorera: Erika De Bari

#### **Equipo Profesional:**

Desarrollo institucional: Constanza Wullich

Desarrollo de Recursos: Matías Cova

Comunicación: Luis Motta

Diseño Gráfico: Renata Kándico y Gastón Genovese

Contabilidad: Erika De Bari

Servicios de escribanía: Alberto Juliano

Asesora en promoción social: Fabiana Leoni

Asesora en educación: Paula Iramain

Asesor en cultura y participación: Federico Bouilly

#### **Líneas de Acción**

Actuar Hoy implementa distintos programas desarrollados en torno a tres líneas de acción: promoción social, educación y cultura y participación.

#### **Promoción social**

---

<sup>10</sup> <http://www.actuarhoy.org.ar/>



Se trabaja con sectores vulnerables de la población en proyectos que buscan reducir la pobreza y la desigualdad favoreciendo el desarrollo integral de las personas y de las comunidades.

### **Educación**

Se busca generar espacios educativo-recreativos para adolescentes, jóvenes y adultos que estimulen el desarrollo de sus habilidades y les permitan tener un espacio propio de contención y crecimiento.

### **Cultura y Participación**

Se trabaja para la creación de espacios y medios de comunicación que ayuden a pensar la realidad con criticismo, fortaleciendo valores, estimulando la participación en actividades sociales y ofreciendo oportunidades de voluntariado.

### **Programas DE LA FUNDACIÓN**

Las actividades se llevan adelante a través de programas que se desarrollan en diferentes zonas y que cuentan con su propio equipo de trabajo. Estos programas son:

EnAcción (Gran Buenos Aires), La Flecha y Catapulta (ambos en la Ciudad de Buenos Aires). EnAccion<sup>11</sup>

EnAcción es una organización social que se dedica a la promoción integral de adultos, jóvenes y niños a través de Programas de Desarrollo Comunitario.

Desde el año 2001 desarrolla sus actividades en Los Polvorines, Provincia de Buenos Aires. Los Programas atienden a una población de más de 1300 familias, entre ellos 500 adultos y adultos mayores, 250 jóvenes y 550 niños.

Se trabaja sobre los ejes Educativo-Formativo, Deportivo-Recreativo, y Artístico-Cultural, y además, en cada proyecto, se abordan dimensiones fundamentales de la persona como la integración grupal, el desarrollo de un pensamiento crítico y creativo, el compromiso comunitario y los vínculos familiares, buscando favorecer el desarrollo integral personal y comunitario.

A su vez se brindan servicios de asistencia, que complementan la atención de los participantes según las necesidades de salud física, mental o emergentes sociales que se presenten.

---

<sup>11</sup> <http://www.enaccion.org/objetivos/>



Las actividades de EnAcción se llevan a cabo gracias al apoyo de una red de colaboradores que nos acompañan día a día en la tarea de construir un lugar mejor para todos.

**Como colaborar:**

A través del sistema de **débito automático**, podés completar un formulario en la página.

**Donación** de alimentos, u otro recurso para el desarrollo de las actividades, podés llamarlos al (54 011) 4660-5106 / 4663-7187 o enviar un mail a desarrolloderecursos@enaccion.org.

Como **voluntario** podés enviar un mail a rrhh@enaccion.org, comentando en qué tipo de actividades te gustaría sumarte.

**Depósito o transferencia bancaria**

Banco Francés N° de cuenta: 044/001487/0, a nombre de Fundación Actuar Hoy CBU: 0170044220000000148702, CUIT 30-70857962-5 (Es necesario que envíe la boleta de depósito por fax al 4581-9604, incluyendo su nombre y teléfono.)

**Donaciones de material e insumos** También reciben otro tipo de colaboraciones como alimentos, equipamiento e insumos. Comunicarse para eso al 4581-9604



## ANEXO V- ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

### UNIVERSIDAD TECNOLOGICA NACIONAL (UTN)

Líneas de acción en la promoción de RSE: Capacitación y divulgación

- **Curso de Experto en RSE.**
- **Cursos de Capacitación,** con el objetivo de promover la RSE a través de la divulgación de conceptos y normas aplicables, Introducir en la norma SA8000, Brindar pautas básicas de diagnóstico que permita reconocer la viabilidad de implementación de la Norma.
  - **Ciclo de conferencias sobre RSE.** El impacto del mercado de bonos de carbono sobre el medioambiente. El Departamento de RSE de la FRBA presenta un ciclo de conferencias sobre la configuración del mercado de bonos de carbono en nuestro país. Entre las conferencias presentadas se encuentran las siguientes: "Medio Ambiente, RSE y Derechos humanos", "RSE y eficiencia energética" y "RSE, Desarrollo y Medioambiente".



### UNIVERSIDAD ARGENTINA DE EMPRESAS (UADE)

Líneas de acción en la promoción de RSE: Capacitación

- **Realización de eventos de divulgación,** como por ejemplo:
  - Jornada de Responsabilidad Social Empresaria en UADE, "RSE y el Capital Humano" (2009).
  - II Jornada de Responsabilidad Social Empresaria en UADE, organizada en el marco de la Cátedra de Gestión de la RSE. La jornada estuvo dividida en dos paneles: "Diálogo con los Grupos de Interés" y "La Responsabilidad Social Empresaria de los Medios de Comunicación" (2008).
  - "Recursos Humanos y Comunidad: ¿Cuáles son las barreras y accesos para la gestión socialmente responsable?", I Jornada de RSE en UADE. El objetivo de esta primera jornada es instalar el debate en torno a las políticas, programas y prácticas de recursos humanos y relaciones con la comunidad que hoy plantean las empresas en Argentina (2007).
- **Cátedras sobre RSE**

### UNIVERSIDAD AUSTRAL

Líneas de acción en la promoción de RSE: Capacitación, divulgación, investigación.

- **Escuela de Dirección y Negocios de la Universidad Austral (IAE):** a través del centro de investigación GESE (Gobierno Empresa Sociedad y



UNIVERSIDAD AUSTRAL



Economía) busca fomentar desde la investigación y la docencia la interacción y la cooperación entre el sector público las empresas y las organizaciones de la sociedad civil.

- **Jornada de RSE “de la teoría a la práctica”.** Participaron de los paneles representantes de diversas empresas (2009).

### UNIVERSIDAD CATOLICA DE CORDOBA

Líneas de acción en la promoción de RSE: Capacitación, investigación, reconocimiento.



- **Proyectos de Investigación 2008 Universidad Católica de Córdoba - Instituto de Ciencias de la Administración (ICDA).** El proyecto de investigación se propone describir y analizar los factores que influyen en la ausencia de estrategias empresariales y gubernamentales que propicien el desarrollo de iniciativas conjuntas (interactorales de carácter público-privadas) en torno al desarrollo de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) en Córdoba capital.
- **Investigación “¿Vínculos responsables?: Estado – Empresa en Córdoba”,** realizada en el área de Prácticas Institucionales: Ética y Responsabilidad Social Empresaria. El proyecto analiza los factores que influyen en la ausencia de estrategias empresariales y gubernamentales que propicien el desarrollo de iniciativas conjuntas (interactorales de carácter público-privadas) en torno al desarrollo de la RSE en Córdoba capital (2008).
- **Posgrado en RSE del ICDA.** El programa brinda una visión integral de la Gestión de RSE que contribuya a la generación de una triple línea de resultados: económico, social y ambiental. Gestionar estratégicamente cómo relacionarse de manera responsable con los actores sociales –público interno, consumidores, proveedores, competencia, gobierno, comunidad y medio ambiente- significa acortar el camino a la consecución de los objetivos de la empresa y, al mismo tiempo, contribuir a la generación de un escenario estable que articule el desarrollo humano y la sustentabilidad ambiental.
- **Maestría en Dirección de Empresas. Curso de posgrado:** El programa brinda una visión integral de la Gestión de RSE que contribuya a la generación de una triple línea de resultados: económico, social y ambiental. Gestionar estratégicamente cómo relacionarse de manera responsable con los actores sociales –público interno, consumidores, proveedores, competencia, gobierno, comunidad y medio ambiente- significa acortar el camino a la consecución de los objetivos de la empresa y, al mismo tiempo, contribuir a la generación de un escenario estable que articule el desarrollo humano y la sustentabilidad ambiental.
- **Programa Voluntarios Universidad Católica de Córdoba “Entramos para Aprender, Salimos Para Servir”.** Organizado por el Vicerrectorado de Medio Universitario.
- **Publicación del libro Diálogos en torno a la construcción de una ciudadanía responsable, de Nicolás Liarte Vejrup, una investigación sobre la RSE en la provincia.** La publicación plantea la necesidad de continuar avanzando en el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresaria en Argentina, al tiempo que



pone al alcance del lector nuevas herramientas para la aplicación de la RSE y presenta los casos de cinco empresas nacionales radicadas en Córdoba que la practican: Grupo Sancor Seguros, Volkswagen Argentina, El Castillo Hotel, Grupo Mapfre y Aguas Cordobesas (2009).

- **Premio Responsabilidad Social Universitaria (RSU) organizado por el Vicerrectorado de Medio Universitario, desde su Área de Responsabilidad Social Universitaria.** La convocatoria es para proyectos finales de carrera-UCC 2009 con los siguientes objetivos:
  - Fomentar la formación universitaria socialmente responsable de nuestros alumnos y especialmente de los futuros egresados.
  - Incentivar y profundizar el desarrollo de proyectos finales de carrera de impacto social y ambiental en el medio, en particular de los sectores más desfavorecidos.
  - Promover la investigación, el estudio y la elaboración de propuestas de superación concreta de problemáticas padecidas por grupos desfavorecidos de nuestra sociedad, desde una perspectiva interdisciplinaria e interactoral.

### UNIVERSIDAD CATOLICA DE LA PLATA

Líneas de acción en la promoción de RSE: Capacitación



- **Cátedras:**
  - Responsabilidad Social y Ética en los Negocios de la Carrera de Licenciado en Administración de Empresas (4º AÑO) de la Facultad de Ciencias Económicas. La cátedra de RSE fue creada en 2002 al tener la responsabilidad de elaborar un nuevo Plan de Estudios para la carrera.
  - Capital Humano de la Carrera de Licenciado en Administración de Empresas (4º AÑO) de la Facultad de Ciencias Económicas.

### UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Líneas de acción en la promoción de RSE: Capacitación, divulgación, reconocimiento



- **Realización de eventos de divulgación,** como por ejemplo:
  - "El futuro de la vida ante el cambio climático y el deterioro ambiental"; mesa redonda que se llevará a cabo en el auditorio de la Sociedad Hebrea. Organizada por la Asociación Amigos Argentinos de la Universidad de Haifa (2008).
  - "Capital Social y Desarrollo Humano: Experiencias Solidarias", clase abierta presentado por El Centro Nacional de Responsabilidad Social Empresarial y Capital Social, la Secretaría de Extensión Universitaria de la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA y el Programa de Voluntariado Universitario del Ministerio de Educación de la Nación; en



- el marco del Seminario de Integración y Aplicación en Proyectos Sociales (RSU) (2008).
- Proyecto de Formación de los Altos Niveles Gerenciales de la Comisión Nacional de Comunicaciones. Curso de capacitación de 12 reuniones de 4hs, distribuidas en tres meses (2007).
  - Unidos por la RSE. Proyecto de formación en RSE de los Altos Niveles Gerenciales organizado junto con la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC). Destinado a funcionarios de la CNC para capacitarlos en RSE compartiendo experiencias internacionales y marcos teóricos y contribuir a la conformación de un ámbito adecuado de debate referido a los aportes que puede hacer la CNC en torno a esta nueva cultura (2007).
  - “Conferencia Internacional Racismo, Capital Social y Políticas Públicas en Guatemala”, a cargo del Dr. Rolando Castillo, director del Programa de Apoyo a la Presidencia y Vicepresidencia de Guatemala (2007).
  - Coloquio Internacional "Cómo impulsar la formación en RSE en la Universidad Argentina e Iberoamericana" el 29 de mayo. Oportunidad en la que se conformó la Red Argentina de Universidades por la RSE, cuya coordinación se le ha encomendado al CENARSECS (2007).
  - **"Congreso de Economía y Gestión: ECON"**
    - II Congreso ECON 2008. Con el foco en el Cambio Climático, se girará en torno de ejes como “La Argentina del Bicentenario”, “Innovación Tecnológica”, “Pacto Social - Pacto de la Moncloa”, “PyMes”, “Turismo”, “Gestión de la energía” y “Responsabilidad Social Empresaria” (2008).
    - I Congreso ECON 2007. Organizado junto con Grupo Vapa S.A. Centro de Estudiantes de Ciencias Económicas (CECE) Universidad de Buenos Aires - Facultad de Ciencias Económicas (FCE-UBA). Uno de los ejes temáticos fue la RSE: ¿Cómo impulsar la formación en RSE en la Universidad Argentina e Iberoamericana? Auspiciado por Clarín (2007).
  - **Premio Latinoamericano a la Responsabilidad de Empresas y ONGs:** Junto a Banco Interamericano de Desarrollo (BID) - Iniciativa Interamericana de Capital Social Ética y Desarrollo el Centro brinda apoyo técnico a la iniciativa del Foro Ecuménico Social orientada a organizaciones instaladas en América Latina con el propósito de fortalecer la cultura de la responsabilidad social en la región contribuir a establecer criterios internacionalmente mostrar el estado de las empresas y ONGs latinoamericanas y exponer las mejores prácticas de responsabilidad social.
  - **Especialización: Economía Social y Desarrollo Local.**
  - **Programa de promoción de la ética y la responsabilidad social para estudiantes de colegios secundarios.** Durante los meses de octubre y noviembre de 2007 se desarrollaron las pruebas piloto en la ORT y en el colegio Nuestra Señora de las Nieves. El programa se lanzará oficialmente a comienzos de 2008.
  - **Programa de Seminario de Integración y Aplicación en proyectos sociales (Responsabilidad Social Universitaria).** Junto a la Secretaría de Extensión Universitaria se ha incorporado a la currícula regular de la Facultad de Ciencias



Económicas esta materia, que permitirá implementar programas sociales desarrollados por estudiantes próximos a recibirse.

- **Organización junto al Foro Ecuménico Social de la Primera Sesión 2008 de la Cátedra de Responsabilidad Social y Ciudadana, bajo la consigna “Jóvenes en Riesgo”** en la que expusieron managers de grandes compañías, líderes de ONG’s y representantes del quehacer público (2008).
- **Congreso Internacional de RSE Universidad y Desarrollo organizado** junto a la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM) de la Universidad Rey Juan Carlos de España (URJC) el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) - Argentina y la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI). El encuentro congregó a líderes empresariales ejecutivos profesionales y académicos de Argentina y el continente y a especialistas y catedráticos de las principales universidades de España. Se buscó reunir a todos los sectores vinculados al tema para poner a foco los retos de la RSE en la región y el rol que la universidad puede desempeñar en su fortalecimiento (2006).
- **Facultad de Ciencias Sociales:**
  - Cátedra “RSE, la innovación en el modelo de gestión del Siglo XXI” de la Carrera de Relaciones del Trabajo. Profesor Vicente Spagnulo.

#### UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES (UCES)

Líneas de acción en la promoción de RSE: Capacitación, divulgación, investigación, reconocimiento



- **Premio Comunicación y Valores.** Realizado a través de su Instituto de Estudios de la Comunicación Institucional (ICOMI). El galardón tiene como objetivo promover la excelencia en la tarea de gestionar y transmitir el Sistema de Valores de las empresas.
- **Premio Hacia la Excelencia Ambiental Empresaria** a través su Instituto de Estudios e Investigaciones Ambientales (IEIA).
- **Premio al Desarrollo de los Recursos Humanos** a través de su Instituto de Estudios Laborales y Sociales (IDELAS). La Universidad entrega Premios anualmente dirigidos a aquellas empresas argentinas públicas o privadas que mejor hayan contribuido a promover el potencial la capacitación y el compromiso de su personal para alcanzar sus objetivos.
- **Premio a la Gestión Ambiental en Industrias y Municipios Pequeños y Medianos.** El Instituto de Prevención, Salud y Medio Ambiente de la Fundación Mapfre y el Instituto de Estudios e Investigaciones Ambientales de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, otorgarán un Premio a aquellos pequeños y medianos municipios e industrias que hayan desarrollado durante los últimos tres años una Gestión Ambiental que les haya permitido solucionar uno o varios problemas ambientales.
- **IGEP - Instituto de Gobernanza Empresarial y Pública** realiza actividades dedicadas a la promoción de la RSE. Entre sus actividades se encuentran las



siguientes ligadas a la RSE: Crear vínculos en red, y mantenerlos vivos, con organizaciones nacionales e internacionales que se interesen en la GE y la responsabilidad social empresaria (RSE). Buscar apoyo en empresas nacionales para promover prácticas de buena GE y de RSE.

Es importante destacar la diferenciación que marcara la ejecución del presente proyecto, ya que el mismo busca generar ayuda DIRECTA desde la facultad hacia las organizaciones, asesorando, capacitando y apoyando la gestión de aquellas que implementen acciones de RSE.



<b>SECCION PRELIMINAR</b>	<b>1</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>1</b>
<b>PARTE I- INTRODUCCION</b>	<b>3</b>
<b>1.1. PLANTEO DEL PROBLEMA</b>	<b>3</b>
<b>1.2. ALCANCE</b>	<b>6</b>
METAS	6
¿POR QUÉ TRABAJAR SOBRE LAS PYMES?	7
LAS PYMES EN GRAN BUENOS AIRES	9
LOCALIZACIÓN FÍSICA	10
UBICACIÓN EN EL TIEMPO	11
RECURSOS	12
<b>1.3. PROPÓSITO. OBJETIVO GENERAL</b>	<b>14</b>
<b>1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y RELEVANCIA (JUSTIFICACIÓN)</b>	<b>15</b>
VENTAJAS PARA LA SOCIEDAD Y PARA LAS PYMES	15
<b>1.5. RESULTADOS ESPERADOS</b>	<b>16</b>
<b>PARTE II- MARCO TEORICO</b>	<b>17</b>
<b>2.1. ANTECEDENTES</b>	<b>17</b>
PROGRAMA VALOR- AMIA	17
CAPACITARSE, CONSULTORES EN RSE	19
RED UNIRSE	21
PRINCIPALES NORMATIVAS RECOMENDADAS SOBRE RSE	25
LEGISLACIÓN ARGENTINA SOBRE RSE	28
<b>PARTE III- METODOLOGIA</b>	<b>29</b>
<b>3.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>29</b>
INVESTIGACION DE LA PROBLEMÁTICA	29
ETAPA PRELIMINAR: EJECUCIÓN EN EL ASESORAMIENTO DE EMPRESAS	32
ETAPA DE DESARROLLO FORMAL DE LA CONSULTORA DE RSE	34
<b>PARTE IV- PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS</b>	<b>36</b>
<b>4.1. MARCO DE DESARROLLO</b>	<b>36</b>
MATRIZ FODA PARA EL ANÁLISIS DEL PROYECTO	36
<b>4.2. ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>38</b>
<b>4.3 EVALUACIÓN ECONÓMICA VS EVALUACIÓN SOCIAL</b>	<b>46</b>



<b>PARTE V- CONCLUSION</b>	<b>50</b>
<b>SECCION DE REFERENCIA</b>	<b>52</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>52</b>
<b>SITIOS WEB</b>	<b>52</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>53</b>
<b>ANEXO I- TRATO CORRECTO A SU PERSONAL</b>	<b>54</b>
<b>ANEXO II- TRATO LIMPIO CON EL CONSUMIDOR</b>	<b>55</b>
<b>ANEXO III-CUIDADO DEL AMBIENTE</b>	<b>56</b>
<b>PROGRAMA DE RECICLADO DE LA FUNDACIÓN HOSPITAL DE PEDIATRÍA GARRAHAN</b>	<b>57</b>
<b>ANEXO IV- COMPROMISO DE LA EMPRESA CON LAS GRANDES CAUSAS DE INTERÉS PÚBLICO.</b>	<b>64</b>
<b>ANEXO V- ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA</b>	<b>67</b>

