

RESPONSABILIDAD SOCIAL

o

ROL SOCIAL

UN ANALISIS CRITICO

Charla - Debate

Cátedra DIRECCION Y GESTION DE EMPRESAS - carrera ADMINISTRACION

Cátedra PRACTICA PROFESIONAL II - carrera MARKETING

FCG-UADER

Es común escuchar expresiones como ...

“No tiene nada sustancioso,.....¡ es puro marketing !”

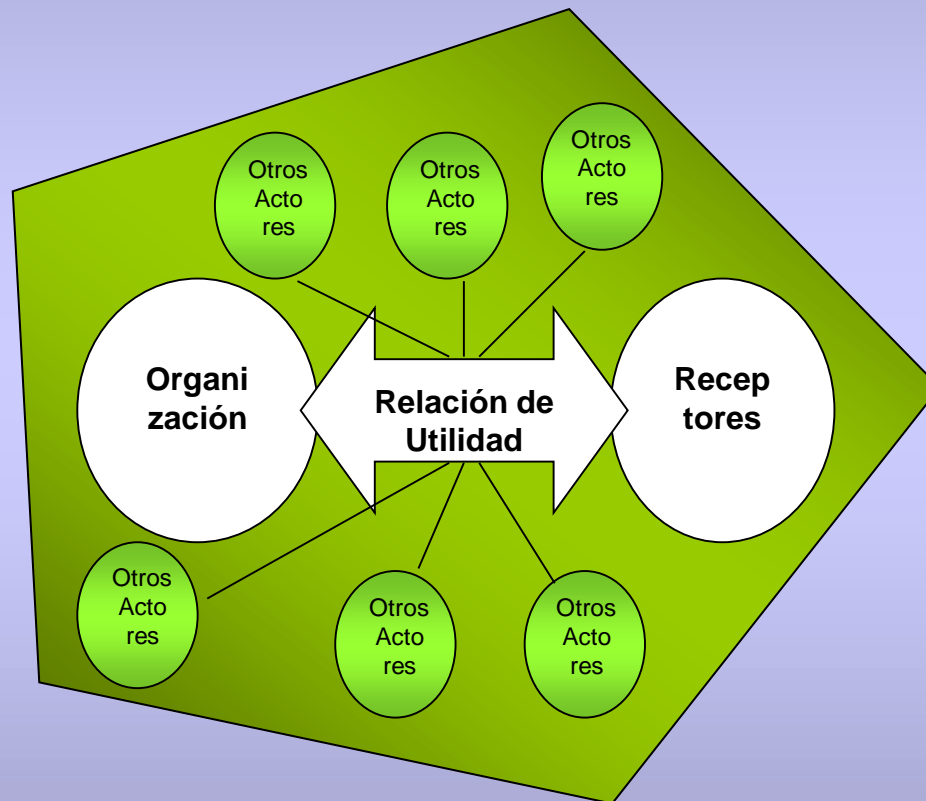
“El marketing es sólo para grandes empresas”

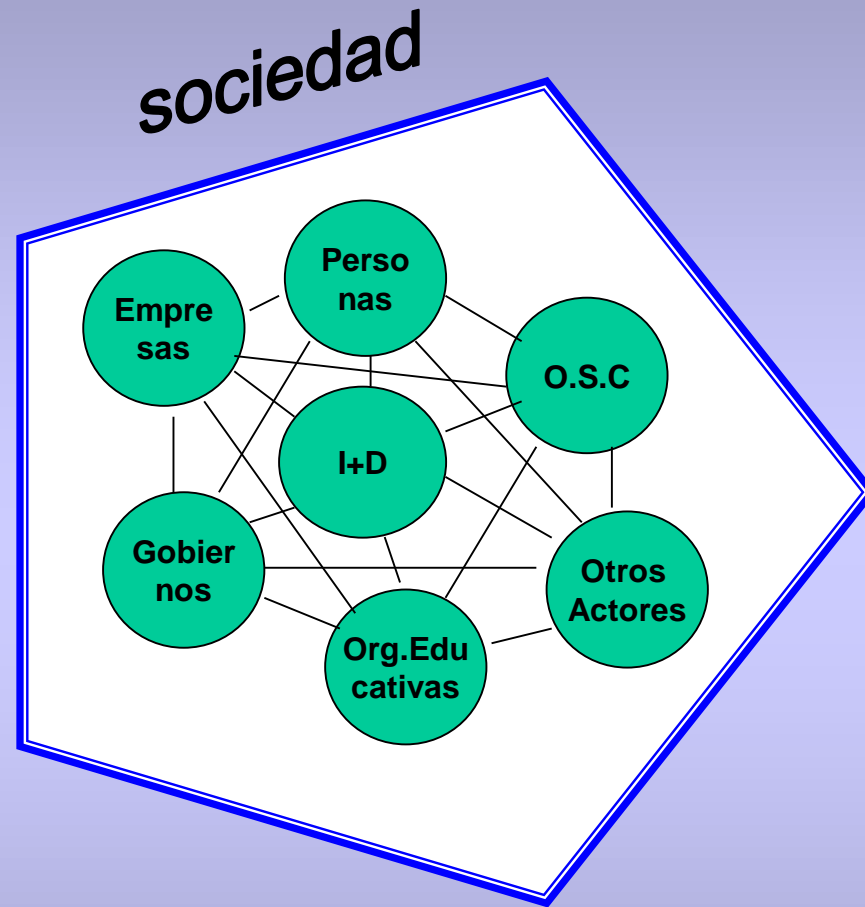
**Las grandes empresas no necesitan
marketing ...**

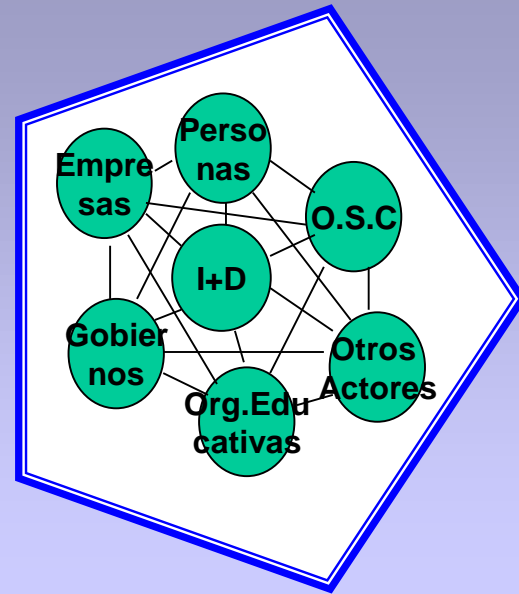
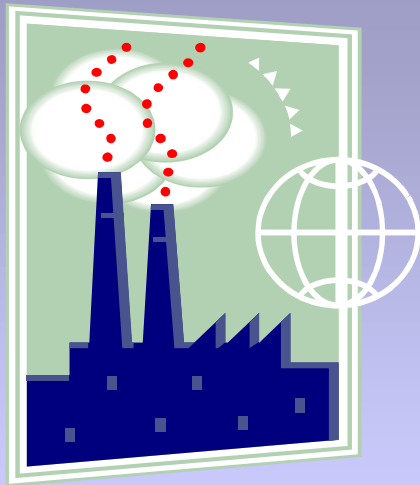
.... pero lo utilizan!

Porque saben de los beneficios de conocer las
emociones, sentimientos, razonamiento y percepciones
de los consumidores

Nuestra posición sobre marketing ...



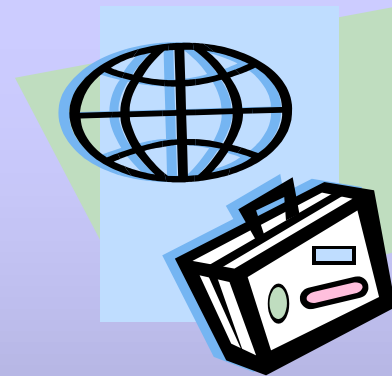
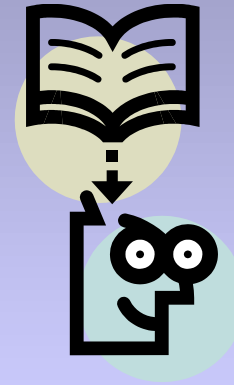




Cuidado del medio ambiente



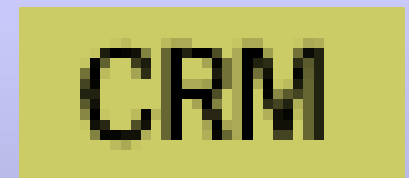
Nuestra gente se integra a otros grupos u organizaciones



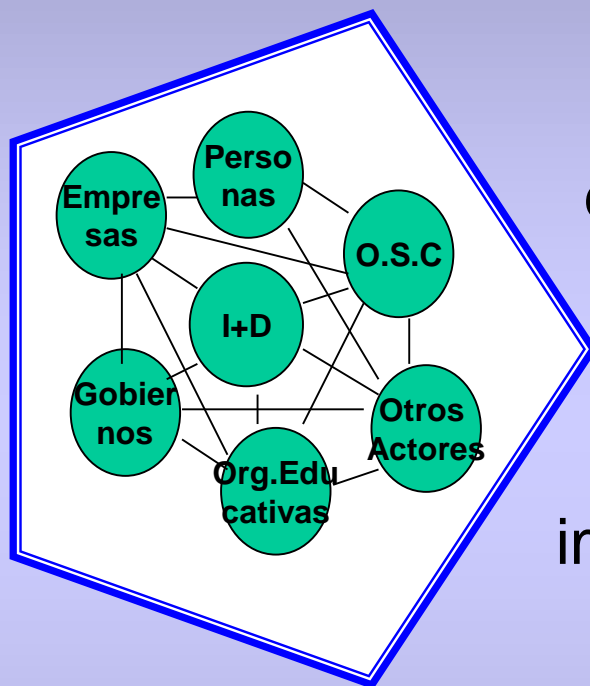
Mejora continua de la calidad de vida



Mejorar las relaciones con nuestros proveedores



Mejorar las relaciones con nuestros clientes



Obligación

de aportar para que todas las partes
funcionen adecuadamente
y en conjunto,
impulsando el crecimiento y desarrollo
de *toda* la comunidad

La Responsabilidad Social debe justificarse en una
reflexión ética

Y sustentarse en

- Reconocer la diversidad
- Aceptar que existen desigualdades
 - Gestión integrativa

Una aproximación al concepto de RSE

“La RSE es el Marco Estratégico de aquellas empresas que definen sus políticas, programas y acciones empresariales respetando a los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente y logrando con ello un equilibrio entre el desarrollo sostenible y la necesidad de generar valor para los accionistas, es decir, ser rentables y ser sustentables”.

María Martha Nadeo

“Responsabilidad Social Empresaria. Impacto en la creación de valor”

- La empresa tiene una **proyección a largo plazo**
- Fundamenta su accionar en una **visión integral, totalizadora**, que abarca las dimensiones sociales, económicas, políticas, ambientales, educativas, producción de conocimiento, etc
- Incorpora de manera sistemática las acciones que **mejoren la calidad de vida** de todos sus stakeholders

Tipología de RSE

(Adaptado de Garriga E. y Melé D. del IESE de la Universidad de Navarra "Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory" ("Responsabilidad social corporativa: un mapa del territorio"), en Journal of Business Ethics nº 53: 51-71, agosto de 2004).

- Teorías Instrumentales: mantienen el concepto tradicional de empresa (sólo creación de riqueza) y encuentra "justificación" de la RSE para lograr ventajas competitivas
- Teorías Políticas: hacen referencia al poder de las empresas en la sociedad y por lo tanto a un ejercicio responsable del mismo. Pero persiste el concepto tradicional
- Teorías Integradoras: instalan el concepto de grupos de interés (stakeholders). La concepción de empresa se amplía hacia los grupos implicados directamente (microentorno)
- Teorías Éticas: concepción amplia de la empresa como parte de un sistema mayor. Concepción totalizadora. Preocupación por un desarrollo sostenible. Respeto al bien común y a la dignidad y derechos fundamentales de las personas.

Gerencia Social

Bernardo Kliksberg; “Hacia una gerencia social eficiente” afirma:

Se ha marginado y postergado el gasto en lo social. Sin embargo la evidencia demuestra que ese gasto correctamente administrado es una inversión de alta rentabilidad para el desarrollo de los pueblos

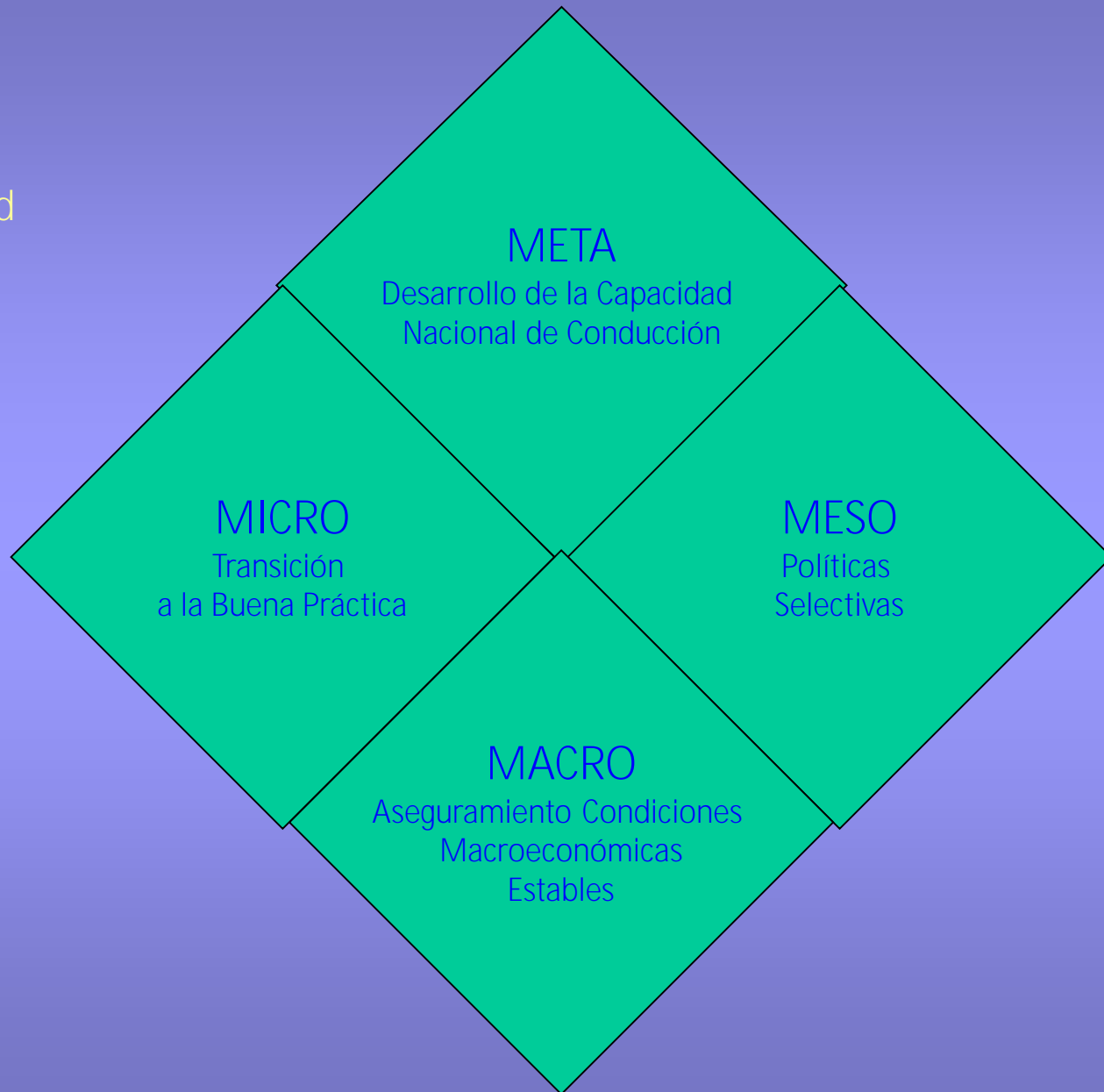
Las **sociedades** que han obtenido los mejores resultados en la gestión de lo social, han logrado articular sistemáticamente las posibilidades de aportes de los diferentes actores, creando redes y metaredes que integran Estado, ONGs, empresas, iglesias, trabajadores, organizaciones de interés público, etc. **Todos trabajando en pos de objetivos sociales mayores.**

En América Latina es necesario pasar de la dispersión de esfuerzos individuales al tejido de redes.

COMPETITIVIDAD SISTEMICA

CEPAL, 2001

Niveles de la
Competitividad



CENTRO LATINOAMERICANO PARA LA COMPETITIVIDAD Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE; FUNDACION PARA LA INVERSION Y DESARROLLO, Marzo 2003

Gran parte de la discusión sobre la competitividad se ha centrado sobre las condiciones macro-económicas, políticas y legales que distinguen a una economía exitosa. Estas circunstancias son ampliamente reconocidas. Un grupo de instituciones políticas estables, un marco legal de confianza, y políticas fiscales y monetarias sólidas contribuyen significativamente con una economía sana

Pero

Sin embargo, estas condiciones macroeconómicas son necesarias pero no suficientes, para alcanzar la prosperidad de una economía, pues proveen la oportunidad de crear riqueza, pero no crean riqueza por sí mismas

La competitividad no es cuestión de tamaño, es algo mucho más complejo, que tiene relación con:

- las capacidades de directivos,
- niveles de integración,
- formación de personal y
- la creación de una cultura (y con ella la configuración de un escenario social, político, económico, educativo, tecnológico, de equidad y libertad)

Eficacia

Eficiencia

Efectividad

La RSE en la realidad

Interrogantes

y

Casos Prácticos

Juan José Gilli, docente de la UBA, en su trabajo
"Responsabilidad Social" afirma:

"La responsabilidad social vende y genera buena reputación y, precisamente por eso puede manipularse y quedar sólo en la apariencia....."

Habría que evaluar, por ejemplo, si los montos que se destinan a la ayuda de la población indigente no son menores que los que se gastan para difundir la acción o si, cuando se destina a un fin benéfico algún importe de las ventas, no se trata sólo de un pase contable, donde el consumidor es el verdadero donante y la empresa termina aumentando sus ventas".

América Latina es la región con mayor desigualdad en el mundo

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) dio a conocer algunas conclusiones del Informe Progreso Económico y Social 2008 (IPES) que será presentado oficialmente el próximo 1 de noviembre.

Una de las principales conclusiones de informe es que Latinoamérica registra la mayor desigualdad de ingresos en el mundo. Ello se explica en parte por la exclusión social de la región.

Según el IPES, “(la exclusión) es un proceso social, político y económico dinámico, pero ineficiente y disfuncional, por el cual se deniega a personas y grupos el acceso a oportunidades y servicios de calidad para que puedan tener vidas productivas fuera de la pobreza”.

Mala calidad educativa

El último reporte del Banco Mundial sobre la calidad de la educación en los países latinoamericanos es la crítica más devastadora sobre el nivel de la educación en la región.

Porcentaje que terminaba la escuela secundaria

Año	América Latina	Asia
1960	7 %	11 %
2006	18 %	44 %

Puntajes en matemática, lengua y ciencia

Hong Kong – China – Corea del Sur	540 puntos
México – Brasil – Chile – Argentina	400 puntos

En alfabetización y lectura internacional (4º grado) en 35 países, Argentina ocupó el lugar 30

¿Qué les preocupa a los directivos españoles?

Lo que más (1º), la credibilidad y

lo que menos (21º), la responsabilidad social

Los empresarios se sinceran... pero a medias. Dicen que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es una parte estratégica de su negocio, pero luego aseguran que es lo último en lo que piensan al definir su propia reputación.

También dicen que tienen ahora más estrés que hace cinco años y que la conciliación entre la vida laboral y profesional es una de sus mayores dificultades. Pero es de ellos de quien depende que las empresas tengan un clima laboral razonable y sólo el 30,8 por ciento se muestra dispuesto a hacer algo al respecto.

AVON mediante el programa Lazos Solidarios de su fundación convoca al personal en caso de catástrofes naturales para realizar campañas de colaboración con las personas afectadas. Además, en América, las cruzadas de Avon contra el cáncer de mama constituyen el mayor aporte corporativo en programas de salud sobre ese tema.

En las inundaciones de 1998, se armó un equipo para recolectar víveres, ropa y medicamentos para los inundados del Litoral. En marzo último, 344 personas participaron en la búsqueda de productos destinados a los inundados de Córdoba, Santiago del Estero y Tucumán (llenaron 89 cajas de 1,10 m de largo por 0,75 de ancho cada una) y un mes atrás se movilizaron para ayudar a los afectados por las últimas lluvias.



cuenta con una brigada de voluntarios activos que llevan el nombre de *Buenos Ciudadanos*. En la actualidad son 60 empleados que, con regularidad, visitan, llevan alimentos, cubren necesidades o realizan actividades de distinto tipo en beneficio de los internados en distintas instituciones. El dinero que utilizan para comprar comestibles y demás elementos proviene de la recolección de tickets de almuerzo donados por los diferentes departamentos de American Express. Por su parte, la empresa duplica el valor del monto reunido. Esta fundación también dona anualmente dinero para las instituciones en las que sus empleados realizan trabajos voluntarios. Esto es parte del programa Fondo Global de Voluntariado



Las *Aguilas solidarias* -565 empleados de todo el país- en un año y medio de existencia, entre otras acciones, remodelaron y pintaron doce escuelas en localidades del interior; desarrollaron una campaña de recolección de medicamentos destinados al Hospital de Reconquista, en Santa Fe. Dieron funciones de teatro infantil en hospitales; visitaron instituciones donde hay niños en situación de riesgo, y distribuyeron juguetes en hogares y hospitales de las localidades donde el banco tiene sucursal



Prudential Seguros y AXA también dedican un día por año a trabajos comunitarios

¿Estos casos son de RSE, Acción Social, Filantropía y/o una herramienta de Marketing?

y finalmente
en el Boletín nº 116 del 30-10-07 del
I.A.R.S.E.

Gerentes y Responsables de Áreas de RSE de compañías argentinas, reunidos para dilucidar los pasos a seguir

Entre las conclusiones finales se desprende que, en Argentina, el proceso de incorporación de la RSE en las empresas podría ser caracterizado como “inmaduro”, dado que su acogida es “*reciente*” en comparación al resto del mundo. En palabras de los participantes: “*El tema está en pañales*”. Si embargo, también se comienza a tomar conciencia de que quienes no estén a la altura de las circunstancias **corren riesgo de quedar fuera del mercado**

**¿RSE, Acción Social, Filantropía y/o
una herramienta de Marketing?**

Grupo Telefónica

destinaron más de cinco millones de pesos en tareas de RSE en el 2006 y que al finalizar este año esperan «duplicar» la cifra.

Además de ser una de las 100 empresas que firmaron el Pacto Global con el Gobierno -donde las firmas se comprometen a tener buenas prácticas empresarias- el grupo considera que «se debe destinar dinero en inversión social».

Fuente: El Diario, domingo 11-11-07, “Destinan millones de pesos en Responsabilidad Social Empresaria”

Fallos de la Justicia Porteña

Ordenan desactivar antenas de celulares

por no contar con los certificados de aptitud ambiental exigidos. Pero no son casos excepcionales: de un total de 600 estructuras de transmisión sólo un 23% tiene ese trámite finalizado

“Yo no podía creerlo. Cómo puede ser que a uno, para tener abierto un pequeño quiosco, el Gobierno le pida de todo y la antena funciona hace tanto tiempo sin cumplir las reglas, como si nada”

Fuente: Diario Perfil, suplemento El observador, domingo 11-11-07

**¿RSE, Acción Social, Filantropía y/o
una herramienta de Marketing?**

Responsabilidad social, un concepto cambiante

El aspecto social incide en la planificación y en las decisiones de las empresas, en el marco del derecho positivo y de los procesos sociológicos-culturales.

Estos procesos socioculturales se dan en dos sentidos: la evolución de la sociedad penetra en la empresa y el accionar de ella afecta la evolución de la sociedad.

La empresa es un subsistema del sistema sociedad, y como tal mantiene una relación de interdependencia con los otros subsistemas de la misma.

Por ello, para cada realidad espacio-temporal es *necesario definir los subsistemas político, social y económico en la sociedad con el fin de establecer el rol de las empresas según su dimensión.*

Responsabilidad Social. Una cuestión de principios

Dos ideas-fuerzas recorren y unifican nuestro enfoque.

La primera es reconocer al hombre (en su integralidad) como centro de las organizaciones y de la economía. Por él y para él existen las organizaciones. A su servicio debe estar la economía. En la consecución de su beneficio debe estar el propósito y fin último del management y de los negocios.

La segunda idea-fuerza se encuentra en el enfoque global, desarrollando pautas de acción y habilidades para coadyuvar en la toma de decisiones y en la solución de problemas,. Es decir, internalizar el enfoque sistémico.

En otras palabras, en América Latina, la administración estratégica y comunicacional, con centro en el ser humano, en la economía globalizada del S. XXI requiere un fuerte y profundo enfoque integral del "sistema negocio".

Concepto de Rol Social

Aceptando que existe una difusa línea divisoria entre los conceptos de rol y de responsabilidad social, convenimos que rol consiste en las obligaciones que implica una determinada función (y posición) social. Es decir, que el rol tiene un carácter activo, decisivo, determinante. El rol inicialmente proviene de la división social del trabajo. Por ello, puede afirmarse que el rol es una responsabilidad social, pero no toda responsabilidad social conforma el rol. La definición del rol que le compete en el sistema social, se verá plasmado en la visión, valores, misión, objetivos y actividades de la empresa.

Concepto de Responsabilidad Social

Toda organización, por formar parte de un sistema social, tiene obligaciones ineludibles que afrontar. Responsabilidades que serán de acción u omisión, materiales o inmateriales. Asimismo, los dirigentes y demás integrantes de las organizaciones deberán amoldar estrictamente su accionar a la moral y a la ética imperantes en la sociedad en la cual actúan.

Un ejemplo que procura diferenciar ambos conceptos

En la concepción asumida, la búsqueda de un sistema impositivo más equitativo es parte del rol de las empresas, porque ellas, además de producir bienes y servicios, deben buscar un escenario de oportunidades iguales, que asegure estabilidad, continuidad y crecimiento, en beneficio de la sociedad toda y propio. En cambio, el cumplimiento de las obligaciones impositivas establecidas forma parte de la responsabilidad social, pero no del rol.

¿RSE = voluntarismo, facultativo, optativo para las empresas?

En realidad, ¿RSE = herramienta de marketing?

¿Y si reemplazamos Responsabilidad Social por Rol Social?

¿sólo cuestión semántica?

o

¿Rol Social = obligación activa ética, jurídica y de gestión?