

Este documento ha sido descargado de:
This document was downloaded from:



**Portal *de* Promoción y Difusión
Pública *del* Conocimiento
Académico y Científico**

<http://nulan.mdp.edu.ar>



Tejiendo REDES por la infancia

La experiencia de un proyecto
de Extensión de la UNMDP

EDITORAS:

María Eugenia Labrunée

Lucía Mercedes Mauro

Tejiendo REDES por la infancia
La experiencia de un proyecto de extensión de la
UNMdP

Editoras:

María Eugenia Labrunée y Lucía Mercedes Mauro

Autores:

Lucía Mercedes Mauro

Margarita Guarín – Leticia Vivas

Victoria Roura

Yamila Silva Peralta – María Inés Pacenza – Miriam Aparicio

María Eugenia Labrunée

Carla Daniela Calá



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

Tejiendo REDES por la infancia. La experiencia de un proyecto de extensión de la UNMdP / María Eugenia Labrunée y Lucía Mercedes Mauro (ed.) – 1ª ed. – Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata, 2013. 114 p.

Primera edición: Noviembre de 2013

ISBN: 978-987-544-511-6

Impreso en: Pincú Impresiones, Funes 3289, Mar del Plata

Diseño de tapa: Ángela Ferrari

Diagramación interior: María Eugenia Labrunée y Lucía Mercedes Mauro

Impreso en Argentina

Las opiniones vertidas en este trabajo son exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente de corresponden con las del proyecto de extensión REDES.

Publicación de distribución gratuita. Prohibida su venta.

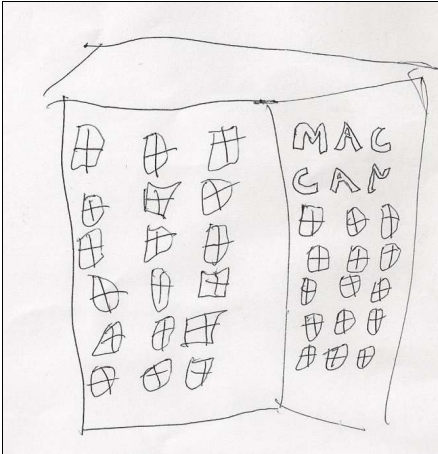
Se autoriza la reproducción total o parcial de la obra, por cualquier medio, mencionando la atribución de la autoría y los datos de la fuente.

Índice

Índice	5
Prólogo <i>por Ana Gennero de Rearte</i>	7
Introducción	11
Primera Parte: Descripción del proyecto REDES <i>por Lucía M. Mauro</i>	15
Segunda Parte: Una aproximación conceptual sobre los actores participantes en REDES	25
Capítulo 1: Organizaciones de la Sociedad Civil <i>por Margarita Guarín y Leticia Vivas</i>	26
Capítulo 2: Empresas, Profesionales y Prestadores de Servicios <i>por Victoria Roura</i>	38
Capítulo 3: Voluntariado universitario <i>por Yamila Silva Peralta, María Inés Pacenza y Miriam Aparicio</i>	55
Tercera Parte: La experiencia del proyecto REDES	63
Capítulo 4: Diagnóstico de la situación de infancia en Mar del Plata: Génesis del proyecto REDES <i>por M. Eugenia Labrunée</i>	64
Capítulo 5: Actores participantes en REDES <i>por Lucía Mercedes Mauro y María Eugenia Labrunée</i>	76
Capítulo 6: Desarrollo y actividades realizadas por el proyecto REDES <i>por Carla Daniela Calá</i>	86
Reflexiones, logros y perspectivas de REDES	101
Bibliografía	105

Capítulo 2: Empresas, Profesionales y Prestadores de Servicios

Victoria Roura



Mara. 7 años

En el presente capítulo se aborda a las Empresas, Profesionales y Prestadores de servicios (EPP), otro de los actores que conforma la red de intermediación social empresaria y el segundo de los beneficiarios directos de REDES. El foco estará en las motivaciones que explican su participación a partir de la noción de Responsabilidad Social Empresaria (RSE).

Definición y características generales

El concepto de RSE resulta del proceso de evolución de la noción de empresa y su gestión –desde considerarla como el motor esencial de la economía hacia una visión más amplia–, el cual admite que sus decisiones como actor social impactan en su entorno. Es por ello que debe interactuar de manera responsable y ética con todos los grupos o individuos que tienen algún interés por la actividad de la organización: consumidores, medios de comunicación, Estado, sindicatos, otras empresas u organizaciones. Hay quienes opinan que la responsabilidad social es una moda pasajera, otros la ven como una estrategia de relaciones públicas o de *marketing*. Más allá de estas apreciaciones, en definitiva, la RSE se esgrime como una tendencia mundial (Kliksberg, 2005).

Coexisten varias definiciones de RSE pero en todas se encuentra el mismo anclaje: definir a las empresas como un actor social que debe tener en cuenta las interacciones con todas las partes interesadas de su entorno, como también las consecuencias de sus decisiones. Siguiendo la Norma ISO 26000⁴, la RSE se define como: “La responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones” (IRAM, 2010: 4).

Por su parte, el Fondo Multilateral de Inversiones⁵ la conceptualiza de la siguiente manera: “La Responsabilidad Social empresarial

⁴ En el apartado “Historia” del presente capítulo, se describe la génesis de esta norma.

⁵ El FOMIN es un fondo administrado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), creado en 1993 para promover el desarrollo del sector

(RSE) es una visión sobre la empresa que concibe el respeto a los valores éticos, a las personas, a las comunidades y al medioambiente como una estrategia integral que incrementa el valor añadido y, por lo tanto, mejora la situación competitiva de la empresa. La RSE es algo más que una serie de actividades o iniciativas aisladas basadas en el mercadeo, las relaciones públicas u otros beneficios empresariales. Se trata más bien de un conjunto de políticas, prácticas y programas que se incorporan a todas las operaciones y procesos de toma de decisión empresarial. Generalmente, incorporar la RSE significa poner en marcha un sistema de gestión con procedimientos, controles y documentos.” (FOMIN, 2010: 21). Este concepto impregna la región latinoamericana debido a que muchas organizaciones ejecutan proyectos de RSE que financia este organismo.

Otros conceptos relacionados con la RSE y que es necesario abordar y diferenciar son la *filantropía* y la *sostenibilidad*. La filantropía es una acción externa con base asistencialista que genera la empresa en pos de una comunidad o población vulnerable y está pensada por fuera de su estrategia. En cambio, la RSE se focaliza en cómo la empresa se conduce, tiene una base estratégica, está orientada en la dirección de los negocios y abarca un ámbito más amplio: accionistas, empleados, subcontratistas, proveedores, consumidores, comunidades, Estado y medio ambiente. Por ejemplo, una empresa que aporta dinero para un fondo de educación para personas sin relación con la organización, realiza una acción filantrópica. Por su parte, una empresa que otorga a la educación un rol importante en su política institucional y por ende enmarca todas sus acciones en relación a ella –brinda capacitaciones sobre consumo responsable,

privado de América Latina y el Caribe. Provee asistencia técnica e inversiones para apoyar el crecimiento de micro, pequeñas y medianas empresas, mejorar las competencias laborales, y contribuir en la mejora del clima de negocios y el acceso al financiamiento.

sensibiliza a sus empleados sobre la relevancia de la educación, apoya el desarrollo de recursos humanos dentro de la organización, establece acciones de *marketing* asociadas a intensificar aprendizajes, participa activamente en políticas educativas de su país, etc.-, es una empresa socialmente responsable. Históricamente, la relación de las corporaciones con la sociedad fue filantrópica, ya que a finales del siglo XIX muchas corporaciones invertían grandes sumas de dinero en acciones sociales. Dicho vínculo ha ido evolucionando hacia la Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial⁶.

El concepto de RSE también se relaciona con el de sostenibilidad⁷. Según IRAM (2010: 10): “El desarrollo sostenible consiste en satisfacer las necesidades de la sociedad respetando los límites ecológicos del planeta y sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades”. Se diferencia de la RSE, al considerar a la sostenibilidad como una responsabilidad compartida por todos los actores sociales, y no sólo por las empresas. Así, el desarrollo sostenible tiene como objeto a las pautas y prácticas económicas, sociales, culturales y ambientales comunes a todas las personas.

Algunos ejemplos de acciones que desarrollan las empresas en el marco de la RSE y la sostenibilidad son:

- i) brindar trabajo justo, achicando brechas de desigualdad, reteniendo trabajadores y apoyando al pleno empleo,
- ii) generar negocios inclusivos que fomenten el desarrollo local de la comunidad y el crecimiento productivo de los sectores más

⁶ Los modelos por los cuales se ha transitado fueron: Inversión Social, Inversión Social Empresaria y Responsabilidad Social Corporativa. Todos ellos asociados mayormente al asistencialismo y la acción filantrópica.

⁷ El desarrollo sostenible tuvo reconocimiento internacional luego de la publicación en 1987 del informe “Nuestro Futuro Común” de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones.

- desfavorecidos,
- iii) promover y generar negocios basados en la ética, y
 - iv) medir el impacto ambiental de las propias acciones, evitando daños ecológicos.

Se puede hacer una lista interminable de prácticas responsables que tienen impacto directo y benefician a las empresas; cada organización conoce mejor sus espacios de trabajo, de influencia y de impacto. Los líderes empresariales, de a poco, van viendo a la RSE como una oportunidad en cuanto a la reputación, la competitividad, las buenas relaciones con empleados, proveedores y clientes, la imagen y la identidad. La Empresa Responsable contribuye con el desarrollo del planeta y a la vez genera valor a su organización.

En relación a sus características, la RSE tiene tres actores sociales: los inversores, los consumidores y la opinión pública. Cada uno es clave para la empresa: los inversores exigen transparencia en los directivos empresariales para mantener la confianza, los consumidores piden productos de buena calidad, saludables y a buen precio y la opinión pública pide que se asocien a causas sociales y ambientales. La generación de instancias de diálogo y escucha entre estos actores y las empresas resultan importantes para alcanzar una gestión más responsable (Kliksberg, 2005). Cabe destacar que cuando se involucra a todos los actores sociales –gobiernos, empresas, trabajadores, consumidores, OSC, academia y sociedad– como parte de un sistema integrado por responsabilidades, se avanza hacia el término Responsabilidad Social (RS).

Por último, la finalidad de la RSE es que las empresas como actores sociales responsables y pertenecientes a una sociedad, contribuyan al desarrollo sustentable del planeta dentro de su esfera de influencia creando valor económico, ambiental y social.

Esta puesta en valor, no solo aporta a la sustentabilidad sino que favorece también a la empresa. Algunos de estos beneficios son:

- i) facilita la retención y atracción de clientes y consumidores,
- ii) mejora la atracción, retención y productividad de los recursos humanos,
- iii) expande las posibilidades de financiación,
- iv) permite a la empresa aprovechar oportunidades,
- v) facilita la licencia social para operar, y
- vi) aumenta la reputación y permite diferenciación de marca.

Cabe destacar que cuando se habla de RSE no sólo se hace referencia a grandes empresas, ya que también las PyMEs son un gran motor para la RSE, al ser más flexibles e innovadoras en estas prácticas. Las empresas pequeñas y medianas se benefician del trabajo en RSE, en cuanto éste implica un proceso de sistematización y organización de las tareas y prácticas internas, y la generación de instancias de capacitación. Ello tiene como resultado una mejora en la imagen y el capital simbólico de la empresa, y por ende un aumento en su valor agregado, que fortalece el vínculo con clientes y proveedores. En el caso de América Latina, y en especial Argentina, hay una potencialidad de que la RSE se difunda e instale en las prácticas empresariales, dado que el tejido productivo se compone mayormente de este tipo de firmas. En general, estas empresas llevan adelante estrategias de RSE intuitivas, sin reconocerlas explícitamente como tales (Ribas, 2007).

Historia

Si bien cuesta definir con exactitud el momento y origen del debate sobre la RSE, hacia la década del '60 y '70, comenzó a ser cuestionado el modelo según el cual la empresa tiene como único fin la producción y la creación de riqueza. Los movimientos sociales

reclamaban un mayor compromiso y obligaciones por los impactos que estaban causando las empresas en el medio ambiente. Ello obligó a las firmas⁸ a dar una respuesta social a sus acciones cotidianas y realizar una rendición de cuentas acerca del impacto que estaba ocasionando su actividad económica. En síntesis, la RSE no surge como una necesidad interna de las empresas, sino como respuesta a las demandas de distintos grupos sociales y Organizaciones de la Sociedad Civil.

Hacia la década del '80, la temática tomó mayor relevancia, sumándose a la agenda global. En estos años las organizaciones transnacionales comenzaron a elaborar y comunicar una concepción de responsabilidad social paralela con la visión de negocios. Se amplía el alcance de la RSE, ya que además del impacto de las actividades de las empresas en el medio ambiente, se incorpora una preocupación por sus relaciones con demás actores sociales y su accionar ético.

En este recorrido histórico surgieron los estándares internacionales que fueron enmarcando las prácticas de las organizaciones y su accionar en función de la RSE. En base a OECD (2011), Rosenfeld (2011) e ISO (2010) se pueden enumerar los siguientes:

- i) *“Directrices para empresas multinacionales” de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (1976)*. Son pautas no vinculantes dirigidas por los gobiernos a las empresas multinacionales para una conducta empresarial responsable en pos del progreso económico, ambiental y social dentro del contexto mundial. Los objetivos generales son: garantizar actividades en armonía con las políticas públicas; fortalecer la base de confianza entre empresas y sociedad; generar el ámbito propicio para la inversión extranjera; y potenciar su contribución al desarrollo sostenible.

⁸ En el presente libro, se utiliza el vocablo firma como sinónimo de empresa.

- ii) *“Agenda XXI” o “Programa XXI” de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) (1992)*. Programa político de acciones para promover y motorizar el desarrollo sustentable en el ámbito local. Son estrategias consensuadas para ejecutar acciones que deben adoptar los gobiernos, los organismos de la ONU, las organizaciones dedicadas a las tareas del desarrollo, las ONG y las agrupaciones independientes con referencia a las actividades humanas que afecten al ambiente.
- iii) *“Iniciativa de Reporte Global (GRI)” de la Coalición para Economías Medioambientalmente Responsables (CERES) y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) (1997)*. Es un formato de reporte para que las empresas informen acerca de la sustentabilidad económica, social y ambiental de sus acciones. Tiene el mismo grado de exigencia que los informes financieros y contiene 80 indicadores y niveles progresivos de gestión. Su valor diferencial es la posibilidad de comparación entre empresas, por lo que actualmente es uno de los sistemas de información de RSE más utilizados a nivel internacional.
- iv) *“Pacto Global” de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) (1999)*. Es una iniciativa de compromiso ético que origina en el año 2000 un documento que invita a las compañías a adoptar diez principios universales de comportamiento. Éstos disponen que las empresas deben: apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional; no ser cómplice de abusos de los derechos humanos; respetar la libertad de asociación y el reconocimiento de los derechos a la negociación colectiva; apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción; apoyar la erradicación del trabajo infantil; apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación; apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales; fomentar las iniciativas que

promuevan una mayor responsabilidad ambiental; favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente; y trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno. El Pacto Global actualmente está adherido por más de 8000 empresas en el mundo y 450 en Argentina.

- v) *“Declaración del Milenio (ODM)” de la 8ª Reunión Plenaria Asamblea General de las Naciones Unidas (2000)*. Es una declaración de valores, principios y objetivos para la agenda internacional del siglo XXI, y establece plazos para la realización de acciones colectivas en pos de lograr la dignidad humana, la igualdad y la equidad. Marca objetivos claramente definidos y cuantificables para el año 2015, involucra a los países en vías de desarrollo y abre la puerta al sector privado como aliado para lograr la consecución de estas metas. En este compromiso hay más de 190 países activos, entre los que se encuentra Argentina.
- vi) *“ISO 26000” de la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) (2010)*⁹. Constituye una guía de uso voluntario que contribuye a la aplicación de la RSE en las organizaciones. Resulta del trabajo de un grupo multisectorial (650 representantes de 99 países) convocado en 2004 y es la única norma internacional que amplió, definió y complejizó el término de RSE. Sus principios son abogar por el cumplimiento legislativo como base de todas las acciones; mantener un comportamiento ético; respetar los grupos de interés; rendir cuentas por los impactos en la sociedad, la economía y el medio ambiente; y ser transparente en las decisiones y actividades realizadas. Hoy está consensuada por 157 países.

⁹ Ver la definición de RSE de esta Norma, en el apartado “Definición y características generales” del presente capítulo.

Actualmente, muchas empresas utilizan como marco de trabajo un esquema que involucra el Pacto Global, los indicadores del GRI y la ISO 26000. No obstante, además de los estándares mencionados, existen otras normas vinculadas a la RSE que no se detallan por su especificidad. Entre ellas: SA 8000, AA 1000, SGE 21 e IQNet SR10.

Finalmente, en este escenario internacional iniciado en década del '70 cada país fue promoviendo, a través de diversos organismos, la instauración de la temática en la agenda nacional, su conceptualización y su accionar. A partir de allí se trata de generar redes de empresarios, intelectuales y actores sociales que conformen una cultura responsable y ética.

La gestión de la RSE

Hay muchas maneras de hacer y poner en práctica la RSE y esto tiene que ver con la evolución del concepto, su complejidad y la guía referente que se utilice para la implementación, que dependerá del contexto de la organización y sus prioridades. Roitstein (2003), describe a la RSE, como un objeto o noción que se construye socialmente y cuya operacionalización queda determinada por la cultura, la identidad organizacional, así como por la estructura social. En consecuencia, no existen recetas únicas de aplicación de RSE para todas las empresas.

La literatura, internacional y local muestra que dentro de las estrategias de RSE, las prácticas pueden diferir de acuerdo a las siguientes variables: “la centralidad social de la empresa, la especificidad propia del sector a la que pertenece, sus valores corporativos, su cultura organizacional, su historia particular, la cercanía con los consumidores y los atributos de marca que cada empresa se propone desarrollar” (Roitstein, 2003: 1).

Actualmente, se considera importante que la gestión de la RSE se encuentre integrada a toda la organización, que se inscriba en la estrategia del negocio incorporando en su planeamiento los impactos que genera su producción y las relaciones que establece con el entorno y sus actores (Roitstein, 2003).

Por ejemplo, la Norma ISO 26000 ofrece un amplio abanico de acciones en su Guía de Implementación. Las líneas de trabajo que allí se plantean permiten a cada organización identificar los asuntos pertinentes y establecer prioridades de trabajo con objetivos a corto, mediano y largo plazo. A continuación se presentan algunas acciones sugeridas para cada área de trabajo, las cuales no son compartimentos estancos, sino que deben considerarse en conjunto.

Tabla 2.1. Acciones de RSE sugeridas por la norma ISO 26000, según áreas de trabajo.

Área de trabajo	Acciones sugeridas
Gobernanza de la organización	Trabajar desde la decisión a la acción responsable, es decir, incorporar la RSE en los valores institucionales, la misión y la visión de la empresa, la distribución de los recursos, la generación de programas y alianzas, entre otros.
Derechos humanos	Trabajar con respeto a los derechos humanos dentro de la empresa y en su esfera de influencia, es decir, evaluar acciones, asesorar a colaboradores, supervisar alianzas y/o proveedores y realizar diagnósticos de situaciones que pongan en riesgo algún derecho.
Prácticas laborales	Trabajar por la conciliación entre la vida familiar y laboral, el desarrollo de capacidades individuales y profesionales de los miembros de la organización, el respeto a la diversidad y el género, la seguridad y salud verificando los riesgos de las actividades, y generar incentivos y planes de motivación.
Medio ambiente	Trabajar en una gestión adecuada de recursos, de reutilización de residuos, de reparación de acciones contaminantes –tanto hacia el interior de la empresa como hacia el entorno afectado–, de generación de mecanismos eco eficientes, y participar en políticas

	públicas medioambientales.
Prácticas justas	Asegurar transacciones, conductas y relaciones basadas en la ética, la moral y la transparencia, es decir, revisar riesgos de corrupción en la empresa y establecer mecanismos para evitarlos, participar de forma activa y transparente en diferentes organismos, y actuar responsablemente respecto de la cadena de valor.
Asuntos de consumidores	Trabajar desde el diseño del producto minimizando los riesgos para la salud y el medio ambiente e incluyendo normas de seguridad, brindar la información sobre el contenido de los productos y servicios, respetar las capacidades diferentes en el uso, aceptar y responder quejas de los consumidores poniendo a disposición los mecanismos necesarios para la escucha, desarrollar prácticas justas de comercialización, promover el consumo sostenible, y asegurar la protección de datos de los consumidores.
Participación activa y desarrollo de la comunidad	Promover y apoyar actividades hacia la comunidad, tales como: la educación, la cultura y el uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs), las oportunidades de aprendizaje en sectores vulnerables, el contacto con otras organizaciones, el cuidado de la salud, y la generación de proyectos de negocios inclusivos.

Fuente: Elaboración propia en base a ISO 26000.

De las áreas de trabajo mencionadas, existe mayor evidencia de acciones por parte de las empresas referidas a la última de ellas, es decir, se trata de prácticas externas a la organización conocidas como Inversión Social. Sin embargo, deben considerarse otras alternativas de RSE, que abarquen las demás áreas de trabajo propuestas por la ISO 26000. Por ejemplo, que una empresa desarrolle una política medioambiental, implica no sólo acciones concretas a favor del medio ambiente –forestar o colocar cestos de residuos o utilizar eco-combustibles–, sino que cada actividad emprendida por la organización desde sus distintos

departamentos –ventas, recursos humanos, finanzas, producción– debe también orientarse hacia el cumplimiento de dicha política.

Estudios sobre Latinoamérica, indican una tendencia hacia una concepción más amplia de la RSE, así como su aplicación en las empresas y organizaciones que abordan el tema. En síntesis, el concepto ha ido evolucionando desde la caridad, la filantropía, la Inversión Social y la RSE, en los términos ya explicitados (Vives *et al.*, 2005).

La RSE en Argentina

Ribas (2007), señala que existe una cierta orientación social en algunas de las acciones de las empresas argentinas, sin que se formalicen programas de RSE en forma específica. Estas acciones están asociadas fundamentalmente a la filantropía. Por su parte, Paladino, Mohan y Milberg (2002) ofrecen un perfil de las estrategias y prácticas en relación a la RSE de las organizaciones argentinas. Allí se mencionan los cambios de valores que generó la crisis de 2001, cuando la intolerancia de la ciudadanía hacia la corrupción, potenció la construcción de principios unificadores de cooperación, coordinación, coraje en busca de la verdad y actitudes más proactivas y responsables. Sin embargo, en otro estudio posterior que relevó y sistematizó las estrategias y acciones en RSE de las principales empresas líderes en el ámbito local (Roitstein, 2004), se sostiene que dicha crisis funcionó como disparador de acciones de envergadura sólo en contados casos.

Más allá de esta situación particular, dicho estudio describe que las empresas líderes poseen un amplio conocimiento sobre RSE, desarrollan interpretaciones propias de la definición, a la cual traducen en la concreción de sus prácticas. Asimismo, estas firmas asocian el concepto de RSE a sus valores, su visión, su identidad corporativa y a las expectativas de su personal al respecto. La

presentan como un atributo a desarrollar para la construcción de la imagen y la reputación de la empresa, hacerla más competitiva, ganar legitimidad social e instalar territorialmente sus marcas. Sobre todo, la consideran una herramienta relevante para enfrentar posibles situaciones de crisis locales. Los empresarios mencionan que, además de incorporar las expectativas de los accionistas, se intenta integrar a otros actores externos a la empresa, como ONGs. En este sentido, también buscan mediante la RSE, una convivencia con el entorno y los actores sociales que se relacionan indirectamente con el negocio empresarial, entre ellos el sistema financiero, las organizaciones de la sociedad civil y el gobierno. En síntesis, este conjunto de razones por las cuales estas empresas valoran la RSE, evidencia una tendencia en el orden discursivo, hacia la construcción de una cultura más sensible y responsable socialmente entre los empresarios argentinos (Roitstein, 2004).

Sin embargo, en el plano pragmático, los esfuerzos de estas firmas se concentran en vinculaciones bidireccionales con algún actor social específico, priorizando el bienestar de la población infantil. Principalmente, las empresas accionan sobre dos áreas: la educación y la salud, por ejemplo mediante donaciones de materiales, instrumentos, infraestructura e instalaciones sanitarias. Es decir, prefieren implementar sus acciones en espacios escolares ya que implica un público cautivo y la posibilidad de replicarlas en similares condiciones, para luego monitorearlas y evaluarlas. A partir de esto, la autora concluye que las estrategias de RSE en estas empresas no involucran una movilización del tejido social ni tampoco la generación de capital social. En otras palabras, si bien estas grandes firmas distinguen claramente una estrategia de RSE del asistencialismo, desarrollar un programa de RSE implica redimensionar los presupuestos asignados a dichas acciones y realizar esfuerzos transversales a la empresa (Roitstein, 2004).

Finalmente, un elemento importante en la evolución de la RSE en nuestro país, es la existencia de instituciones, organismos, redes y nodos que trabajan en su investigación y conceptualización. Por caso, las universidades incorporaron el tema a través de cátedras específicas y grupos de investigación, quienes transmiten los avances e ideas a los líderes empresarios de diferentes sectores. Por ejemplo: en la Universidad Austral la RSE es una línea prioritaria de investigación; en la Universidad Católica de Córdoba y en la Universidad del Salvador se dictan cursos universitarios. Por su parte, la Universidad Nacional de Rosario articula con otras instituciones para la realización de eventos vinculados a la RSE, y algunos establecimientos educativos y cámaras empresariales ofrecen también formación en la temática. Asimismo, se han creado instituciones específicas, como la Fundación Observatorio de Responsabilidad Social y el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE).

La RSE en Mar del Plata y REDES

El tejido industrial local se compone principalmente de empresas micro, pequeñas y medianas (Donato *et al*, 2007). Estas firmas suelen focalizar su atención en las problemáticas de su funcionamiento habitual, lo cual limita los recursos humanos y financieros que pueden destinar a cuestiones como la RSE. En el sector servicios, conviven en la ciudad empresas multinacionales, nacionales y locales, cada una con su lógica de funcionamiento. Por lo tanto, hay pocos estudios que abordan de manera detallada el estado de la RSE en las empresas de la zona.

No obstante, se encuentran algunos trabajos como los de Ribas (2007) y Pérez (2005), que pueden servir para introducirse en la temática desde una óptica regional. El primero de ellos, caracteriza el involucramiento de las firmas del centro de la

provincia de Buenos Aires en la RSE. El objetivo del trabajo es diseñar indicadores que resulten consistentes y acordes con la realidad regional, útiles para operacionalizar el concepto de RSE.

Por su parte, Pérez (2005) evaluó la construcción de Responsabilidad Social en un sector específico, los supermercados de Mar del Plata. Mediante un análisis cualitativo detecta que el grado de conocimiento acerca de los lineamientos asociados a la RSE es escaso, sobre todo en los niveles directivos. Existen excepciones como las cadenas internacionales, donde la RSE está más desarrollada a nivel corporativo y es aplicada en forma centralizada. Por el contrario, en las cadenas de origen nacional, se halló que los consultores y mandos medios son quienes conocen y aplican lineamientos de RSE a nivel interno, aún cuando a nivel corporativo no exista una estrategia.

En ninguno de los casos estudiados por Pérez (2005), se han asignado áreas específicas ni presupuestos para trabajar al respecto. En particular, las motivaciones de las empresas analizadas hacia la RSE, se enfocan en ganar legitimidad social, mejorar la convivencia social con el entorno y los demás actores sociales, optimizar la formación y el bienestar de los empleados y fidelizar al cliente interno. Sin embargo, el autor concluye que la concepción de RSE en los supermercados marplatenses aún se acota a la filantropía, por ejemplo a través de donaciones en especie o apoyo a eventos solidarios. Estas acciones se restringen mayormente a una relación con los consumidores; y en menor medida, al vínculo con los empleados, los proveedores y otros actores.

Finalmente, entre quienes declaran no aplicar RSE, existe un escepticismo acerca de la posibilidad práctica de llevarla adelante. Aducen como obstáculos la permanencia de *lobbies*, la corrupción y objetivos empresariales limitados a la generación de utilidades.

Este acercamiento progresivo de las empresas locales hacia la RSE y las acciones de algunas firmas de servicios transnacionales a través de sus fundaciones¹⁰, es acompañado por actividades que llevan adelante instituciones educativas de la ciudad. Así, por ejemplo, la Universidad CAECE tiene un área de Responsabilidad Social Corporativa desde la que se ofrece una diplomatura en RSE, mientras que en la Universidad Nacional de Mar del Plata se realiza actividades de extensión orientadas a la temática.

Todo ello, evidencia que en Mar del Plata la conformación de un tejido empresarial con prácticas responsables y éticas está en camino, aunque aún resta mucho por andar. En una primera etapa, debe tenderse hacia la concientización de la empresa como actor social y la sensibilización de las acciones y sus impactos. Si bien, las acciones filantrópicas pueden ser un buen inicio, el objetivo es que la RSE sea un modelo de gestión estratégica, desde una concepción integral y de cambio cultural. El trabajo en red entre empresas, universidades, organizaciones y la comunidad, es un elemento facilitador de dicho proceso.

La autora

María Victoria Roura (victoriaroura@hotmail.com) Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social. Orientación Procesos Comunitarios y Comunicación Comunitaria (UBA). Formación en Estrategias y Gestión de RSE (Programa Valor AMIA. BID). Diplomado Centro UNESCO en RSE. Aplicación de Norma ISO 26000 (IRAM). Actualmente se desempeña como consultora en Estrategias de RSE y Comunicación, Gestión y Dirección de Proyectos y ONG.

¹⁰ Por ejemplo, la fundación de la firma Telefónica de Argentina S.A., desarrolla Proniño, un programa de acción social y bien público que contribuye a la prevención y erradicación del trabajo infantil por medio de la educación.