

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



La Responsabilidad Social Empresarial en Argentina

Tesis trabajo de grado

Juan Manuel Santamaría Barbosa

Bogotá D.C. Colombia

2020

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



La Responsabilidad Social Empresarial en Argentina

Tesis trabajo de grado

Juan Manuel Santamaría Barbosa

Irma María Olis Barreto

Administración de empresas

Bogotá D.C. Colombia

2020

Tabla de Contenidos

Resumen.....	5
Palabras clave.....	5
Abstract	6
1. Introducción	6
1.1 Preámbulo de la importancia del tema.....	6
1.2 Objetivo general.....	7
1.3. Objetivos específicos	7
2. Fundamentación teórica y conceptual	8
2.1 La RSE en el mundo e historia	8
2.1.1 Tendencias de la RSE.....	9
3. Marco metodológico de la RSE en Argentina	10
3.1 Contexto de Argentina	10
3.2 Contexto de los sectores de bebidas y alimentos, consumo masivo, financiero y automotriz	12
4. Desarrollo de la RSE y Argentina	15
4.1 Organizaciones visitadas y su contexto	15
4.2 La RSE en las organizaciones	17
5. Análisis y presentación de resultados	25
5.1 Número de empresas que se trabajaron del sector de consumo masivo, automotriz y financiero	25
5.2 Recolección de información.....	27
6. Conclusiones	27
7. Referencias bibliográficas.....	30

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1. Indicadores de la economía real.....	18
Ilustración 2 ¿Qué se quiere decir con que RB es más sustentable?	24

La Responsabilidad Social Empresarial en Argentina

Resumen

Durante los últimos años las empresas están realizando actividades que hace 10 o 20 años eran impensadas por los directores de las compañías. Ahora, cada vez más se esfuerzan en hacer campañas de responsabilidad social, en dónde contribuyen socialmente y de manera voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental. Las empresas que han desarrollado mayor responsabilidad social han ganado una muy buena reputación y han podido crecer ayudando a su a su comunidad. En este ensayo, se mostrará la responsabilidad social empresarial en los sectores de consumo masivo y financiero en Argentina. Empresas reconocidas que laboran en este país han podido conseguir resultados exitosos de sus campañas sociales. Esto es una tendencia en este país que está empezando a coger bastante fuerza, por esto mismo es que va a mirar más detalladamente el trabajo que han realizado las empresas, viendo cómo se comporta el sector y cómo reacciona la comunidad beneficiada.

Palabras clave

Responsabilidad social Empresarial (RSE), Argentina, proyectos, sectores económicos, planes, ranking, industria, inflación, crisis económica, programas sociales, impacto.

Abstract

During the last years the companies are carrying out activities that 10 or 20 years ago were unthinkable by the companies directors. Now, they are increasingly striving to carry out social responsibility campaigns, where they contribute socially and voluntarily to social, economic, and environmental improvement. Companies that have developed greater social responsibility have earned a very good reputation and have been able to grow by helping their community. This essay will show corporate social responsibility in the mass and financial consumption sectors in Argentina. Recognized companies that work in this country have been able to achieve successful results of their social campaigns. This is a trend in this country that is beginning to gain a lot of strength, which is why it is going to look more closely at the work that companies have done, seeing how the sector behaves and how the beneficiary community reacts.

Key Words

Corporate Social Responsibility (CSR), Argentina, projects, economic sectors, plans, ranking, industry, inflation, economic crisis, social programs, impact

1. Introducción

1.1 Preámbulo de la importancia del tema

La responsabilidad social empresarial es *“el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida”* (WBCSD, 2012). Esto indica que es un factor importante, ya que busca el beneficio de todos, una ganancia para la empresa y la sociedad y crea un equilibrio económico. La responsabilidad social es un factor clave en las empresas, porque representa la ética con la que las compañías van a operar comercialmente, lo cual significa que no es solo tomar acciones que ayuden a la sociedad, sino a la misma compañía, donde la ética tiene que prevalecer.

De hecho, el BSR (Business for Social Responsibility) en 2019 definió la responsabilidad social como *“la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa”*. En este punto se aclara que la forma de manejar un negocio también hace parte de la responsabilidad social. Por último, las empresas que son socialmente responsables adquieren algunas ventajas respecto a su competencia; ya que, estas empresas logran tener un impacto positivo tanto a corto como a largo plazo. La responsabilidad social se ha vuelto todo un reto, y, por lo tanto, lo mejor que los directores de las compañías pueden realizar es encontrar nuevas formas de hacer las

cosas, teniendo en cuenta factores clave como la innovación en sus productos y en la estructura de la organización para así poder generar valor a sus clientes.

1.2 Objetivo general

Determinar el estado actual de la RSE en Argentina en los sectores de consumo masivo y financiero y su impacto.

1.3. Objetivos específicos

- a) Analizar las campañas de responsabilidad social (RS) de las compañías visitadas en Argentina y el impacto de estas en la sociedad.
- b) Identificar las ayudas o incentivos a la responsabilidad social empresarial por parte del estado argentino
- c) Describir el enfoque de la RS en los sectores de consumo masivo y financiera en Argentina.

2. Fundamentación teórica y conceptual

2.1 La RSE en el mundo e historia

A pesar de que la responsabilidad social empresarial es un tema que ha tomado mucha fuerza durante los últimos años. Su historia comienza hace más de un siglo cuando se crearon fundaciones y proyectos en el Reino Unido.

Sin embargo, Beatriz Herrera, Decana Nacional de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Cooperativa de Colombia, explicó en 2017 que la responsabilidad social empresarial ha existido desde siempre, *“considerada como la forma ética en que los hombres de negocios y empresarios asumían sus responsabilidades frente a la sociedad en la cual desarrollaban sus actividades económicas”*.

La Organización Internacional del Trabajo, fue la primera agrupación que surgió con el propósito de mejorar las condiciones laborales y los asuntos relacionados con el trabajo. Y *“en los últimos 20 años se han empezado a realizar acciones más profundas en la relación empresa-sociedad, como son los negocios en base de la pirámide y prácticas que buscan generar valor social sobre el valor económico y los emprendimientos sociales”*, argumentó Ángela Peña, Docente del Politécnico Grancolombiano, en una entrevista para el Diario La República (2017).

Durante la historia, la responsabilidad social ha tenido varios momentos muy especiales y de gran importancia, como por ejemplo en 1945 el surgimiento de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la que es actualmente la mayor agrupación internacional con mayor relevancia, y esta misma interviene y está sumamente comprometida por la RSE. Tres años más tarde, en 1948 con la declaración de los derechos humanos, la RSE tomó mucha más fuerza a nivel social e

internacional. En 1971 se creó la fundación Green Peace, donde la RSE tomó un impacto ambiental con gran magnitud, además, por algunos años la RSE se relacionaba exclusivamente con el medio ambiente dejando de lado lo social y económico. Recientemente, en el 2000 se realizó la cumbre del Milenio y metas de milenio, donde uno de los propósitos más destacados fueron el desarrollo sostenible y el desarrollo social. Y, por último, el protocolo de Kioto el cual consiste en buscar medidas en contra el cambio climático y contaminación.

Todos estos sucesos muestran que la responsabilidad social siempre ha estado presente y se ha buscado instaurar en la vida de las personas y de las compañías. Han sido 100 años de responsabilidad social en donde cada año es más fuerte y mucha más gente alrededor del mundo la adopta. La RSE es un factor clave en el desarrollo mundial y es algo que ha perdurado con el tiempo. No obstante, es verdad que han sido los últimos tres a cinco años en los cuales más fuerza ha cogido, sobre todo en las compañías a nivel mundial. Las multinacionales son las pioneras en este aspecto de acatar la responsabilidad social y el llamado que se les ha estado haciendo desde hace 100 años.

2.1.1 Tendencias de la RSE

Actualmente, se pueden observar varias tendencias, una de las más importantes es que existe una relación directa entre los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) y el ámbito empresarial la cual es una cuestión negada por pocos. El futuro de las empresas también depende de los ODS. Si se reduce la desigualdad, los conflictos, se lucha contra la corrupción y se frena el impacto ambiental, se creará un contexto más favorable para los negocios. Otra tendencia, es que

el mundo ya está siendo testigo del impacto del cambio climático en los sistemas naturales. De hecho, varias personas están en campañas para mitigar el impacto ambiental que generan las compañías y las personas.

La escasez del agua, la baja calidad del aire y la tierra, sumado a las deforestaciones y la alta contaminación en los mares y océanos hace que las personas se comprometan con mejorar el medio ambiente en el planeta. Uno de estos compromisos son las mejoras en las innovaciones, especialmente tecnológicas, ya que, a corto o mediano plazo, van a ser claves frente a la degradación ambiental. Un referente de esto es lo que se hace actualmente con la energía solar y eólica, siendo más confiables y económicas.

No solo lo ambiental es una tendencia, lo social está tomando bastante fuerza a nivel empresarial y personal, se hacen campañas sociales y las organizaciones quieren estar presentes y ellas mismas generar cada vez más compromisos sobre este tema; esto debido a que su repercusión es muy grande, a nivel nacional o internacional, además de ser una forma de hacer publicidad y generar buena reputación.

3. Marco metodológico de la RSE en Argentina

3.1 Contexto de Argentina

Argentina está ubicado al sur de América. Limita con el Océano Atlántico, Bolivia, Paraguay, Brasil, Uruguay y Chile. Su capital es Buenos Aires. Es reconocido a nivel mundial por su economía que es la segunda más grande de Sur América, solo superada por Brasil, también por su extensión territorial, ya que es el país de habla hispana más grande el mundo.

Este país, cuenta con una población de 45.052.502, una extensión de 2.780.400 km² y que tiene una posición privilegiada en la economía, ya que es junto a Brasil el único integrante Sudamericano que integra el G20 (Grupo de los 20), este reúne a las economías más grandes, industrializadas y ricas del planeta. También es el único en la región en tener desarrollo nuclear y satelital.

Argentina es una de las economías más grandes, pero en sus últimos años ha sufrido unas turbulencias financieras que le han causado muchos problemas consigo, tales como la inflación y pasar a ser un estado en crisis económicamente hablando. Su inflación del 2018 fue del 47,6%, una de las más altas en su historia y en 2019 va en 51,3% lo que demuestra que la situación no está mejorando sino al contrario, está empeorando de manera grave.

Durante los años recientes, Argentina ha estado trabajando en un programa de reformas estructurales y, al mismo tiempo, ha comenzado a corregir algunos de los desequilibrios macroeconómicos. De hecho, se espera una contracción de 1,3% para 2020. En un contexto de una inflación anual superior al 50% (el mayor nivel desde 1991), el peso argentino recuperó la volatilidad y se depreció más del 13% durante el 2019.

En relación con el progreso de Argentina, la pobreza en Argentina sigue siendo elevada, aproximadamente un 33,6% lo que la hace de las más altas y también es prácticamente el doble de la de los países miembros de la OCDE. La incidencia de la pobreza alcanza el 41% entre los niños de 0 a 14 años, lo que es muy preocupante para esta gran economía. (Banco Mundial, 2019).

La ciudad de Buenos Aires es la más grande del país y la más poblada. Cuenta con más de 2.890.000 habitantes en el centro y más de 15.000.000 habitantes en su área metropolitana (UCCI, 2016). Es una de las ciudades más desarrolladas en la región y además es un atractivo

turístico de la Argentina, no solo por el arte, sino por el comercio, la gastronomía, la educación, el entretenimiento y su marcada cultura. Los principales sectores económicos de Buenos Aires son el de servicios, que representa los 78% del PBG (Producto bruto Geográfico), el financiero y los sectores de alimentos, bebidas y tabaco, que concentran el 60 % de los ingresos del sector. (Ministerio de Hacienda, 2018)

3.2 Contexto de los sectores de bebidas y alimentos, consumo masivo, financiero y automotriz

El sector financiero de Argentina padeció una crisis cambiaria y financiera en el 2018 y continua en el 2019. No obstante, no sufrió tanto como otros sectores. Esta crisis tiene tres elementos fundamentales. En primer lugar, el sistema financiero fue un amortiguador de esta. En segundo lugar, la crisis no desembocó en “ruptura de contratos” entre privados. Por último, esta crisis no afectó la solidez de los bancos. Se espera que para 2020 mejore el sector, la inflación y la economía en general. Por otro lado, la influencia del segmento fintech (las fintech son compañías digitales las cuales tienen como actividad principal brindar servicios financieros mediante la tecnología) en el mercado financiero ha crecido rápidamente desde finales del año 2015 y sobre todo en Argentina desde 2018. Las entidades financieras ya están buscando la manera de renovarse ya que el negocio tradicional está pasando por cambios y nuevos retos.

En Argentina, muchas de las organizaciones del sector financiero ya están vinculadas con un desarrollo tecnológico fintech. En la actualidad, las empresas están asignando un 23% de su

facturación anual a proyectos relacionados con fintech. Sin importar el escenario económico que está viviendo Argentina, este nuevo sistema ha crecido de manera veloz, sobre todo en el último año, donde las empresas inscritas aumentaron en un 64%. (Marino J, 2019)

El sector de consumo masivo ha caído durante los últimos meses, el 2018 cerró cayendo un 5,1%, esto de acuerdo con un reciente informe de la consultora KantarWordlpanel. Además, la economía informal, una presión tributaria alta y la volatilidad de los costos están entre las principales amenazas de la industria, según refleja el informe *Retail* y Consumo Masivo: tendencias y desafíos de un sector en constante cambio, elaborado por PWC Argentina.

El estudio indica que el desarrollo de tiendas donde convivan canales de venta y atención al cliente será un factor determinante al momento que los consumidores decidan dónde realizar sus compras. Teniendo en cuenta lo anterior, el 95% de los participantes de la encuesta considera que, a corto o mediano plazo, los cambios en los hábitos de consumo afectarán al modelo de negocio actual. Respecto al futuro del sector, se considera que un modelo de negocio mixto, donde convivan las tiendas físicas y virtuales, será el principal factor de innovación en los próximos cinco años.

En conclusión, el estudio por PWC consideró importante que el negocio del *retail* está en un proceso de cambio significativo que va a afectar al modelo actual, y que para las compañías del mercado será de gran importancia el desarrollo de estrategias completas e integrales, donde contemplen las nuevas tecnologías y su impacto en los consumidores.

El sector de bebidas tuvo un comienzo de año 2019 duro, ya que bajó un 1,6% según el IPI (Índice de Producción Industrial), estas caídas se deben a que existe una política claramente

orientada a lo financiero y no a lo industrial, además viene juntada con los impuestos y tasas de interés, lo que genera que el sector no fluctúe. De hecho, en el segundo trimestre de 2019, la actividad productiva de la Industria de Alimentos y Bebidas presentó una disminución del 3,6% respecto al mismo período del año anterior según el informe general del Ministerio de Producción y Trabajo. Con relación a las bebidas gaseosas, según la Cámara Argentina de la Industria de Bebidas sin Alcohol (CADIBSA), el volumen de las ventas de gaseosas registra en marzo de 2019 una disminución de 26,1% respecto del mismo mes del año pasado.

Por último, en el sector automotriz durante mayo de 2019 cayó en un 63% en la entrega de autos de fábricas a concesionarios. Ese decrecimiento viene desde el año pasado donde en mayo se comercializaron 27,000 autos, un 1,5% menos que en el mes de abril de 2019 y un 63,1% menos que en mayo del 2018 donde fueron entregados más de 75,000 autos. Según ADEFA (Asociación de Fábricas de Automotores) los primeros cinco meses han sido negativos en cuanto a la fabricación y ventas, lo único que se ha mantenido el sector son las exportaciones de los vehículos, sobre todo para Brasil.

De hecho, ha sido tanta la preocupación en este sector que se lanzó un programa o plan llamado “PlanJunio0KM” el cual consistió en reactivar el sector. La idea era que hasta el 30 de junio la gente recibía una bonificación oficial por la compra de un vehículo nuevo, descuentos que iban desde 50,000 a 90,000 pesos argentinos. Aun así, después de este plan para reactivar el sector, no tuvo frutos, porque sigue en declive, tanto así que Honda cerrará en 2020 su fábrica de automóviles y solo fabricará motocicletas.

Las razones del porqué, es que los automóviles subieron bastante de precio en relación al resto de los bienes de la economía, porque la inflación fue del 60% en ese periodo. Está

elevación en los precios de los autos, más la baja del salario causó una gran disminución de poder de compra en las personas. Las ventas se desplomaron gracias al aumento de precios, el alto costo de financiamiento y la caída del salario.

4. Desarrollo de la RSE y Argentina

4.1 Organizaciones visitadas y su contexto

Universidad de Buenos Aires (UBA): Es una universidad pública de Argentina. Fue fundada el 12 de agosto de 1821 por el gobernador Martín Rodríguez. La UBA es una de las mejores universidades de Sudamérica y una de las más prestigiosas de Argentina. En 2019, ocupó el lugar 73° en el Ranking Mundial de Universidades QS que la ubicó como la mejor universidad de Iberoamérica en base a su calidad de enseñanza, investigación y en su internacionalización. (UBA, 2019)

Toyota: Es una empresa que se dedica a la fabricación de automóviles de origen japonés. Su sede central se encuentra en Tokio, Japón. Por su carácter multinacional, cuenta con fábricas y sedes alrededor de todo el mundo, en Argentina cuenta con una fábrica en la ciudad de Zárate. Es la empresa con la mayor fabricación de automóviles a nivel mundial, incluso superando a General Motors o Ford. En Toyota Argentina se centran en mejorar el negocio mediante la generación permanente de ideas (Kaizen), el esfuerzo continuo y la práctica de resolver los

problemas. Estos principios son los que han hecho de Toyota un referente mundial y en Argentina sobre todo en materia de calidad y excelencia. (Toyota, 2019)

FEMSA: Fomento Económico Mexicano S.A.B. conocida comúnmente como FEMSA, es una empresa multinacional mexicana que participa en la industria de las bebidas, y en el sector comercial y de restaurantes. Destaca por ser la embotelladora de *The Coca Cola Company* para la región de Latinoamérica. Llegó a Argentina en 1994 y tiene una de las plantas más grande de Latinoamérica, después de las plantas de México. FEMSA en Argentina cuenta con más de 3,000 colaboradores con más de 49,000 puntos de venta, también 4 centros de distribución y con dos plantas embotelladoras (FEMSA, 2019).

Banco Galicia: Es un banco privado de Argentina. Perteneció al Grupo Financiero Galicia. Fue fundado en 1905 como Banco de Galicia en la ciudad de Buenos Aires. Es uno de los bancos más reconocidos en Argentina. Ofrece una amplia gama de servicios financieros a más de 7,5 millones de clientes, incluyendo personas y empresas. Opera una de las más extensas y diversificadas redes de distribución del sector financiero privado argentino (Banco Galicia, 2001).

Reckitt Benckiser (RB): Es una empresa británica que manufactura bienes de consumo masivo en distintos segmentos como el cuidado del hogar, la higiene y la salud. Su sede central está en Slough, Inglaterra. Esta empresa cuenta con operación en más de 60 países y sus productos son vendidos en más de 200 ciudades. Cuenta con una planta en Argentina, en Buenos Aires. Sus productos son de los más reconocidos a nivel mundial. (RB, 2019)

4.2 La RSE en las organizaciones

Argentina es un país muy interesante para explorar. En él, la responsabilidad social se puede encontrar de una manera más explícita, se puede ver como una guía de la RSE, una valiosa herramienta para saber, ver y entender aspectos teóricos que nos son explicados a lo largo de la carrera profesional. Es un lugar privilegiado para ver el conocimiento adquirido aplicado a la vida real.

Argentina cuenta con Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) que es una organización que trabaja para constituirse en un centro de referencia nacional en materia de responsabilidad social y gestión sustentable de las empresas. (IARSE, 2019). Esta institución cumple con los siguientes 3 objetivos:

- Desarrollo y publicación de herramientas de gestión.
- Banco de Buenas Prácticas en RSE
- Capacitación y formación en RSE

Aun así, se debe tener en cuenta que ninguna de las empresas que fueron visitadas pertenecen o son socias de la IARSE, pero aun así tratan de cumplir con ciertos reglamentos o lineamientos que son de la institución.

Por otra parte, la oportunidad de ir al país y de conocer varias empresas del sector de consumo masivo, automotriz y financiero es un complemento perfecto al desarrollo de una visión más internacional. Considerando esto, varios son los aspectos clave que se usaron para estudiar

las organizaciones por visitar. Primero, en cuanto al sector financiero, Argentina es participante de los G20, por lo cual lo hace de los países más importantes de la región, pero tiene una fuerte crisis de inflación, la cual no ha sido posible controlarla desde hace unos años.

Se debe tener en cuenta que, hasta principios de 2019, Argentina se encontraba y se encuentra en una crisis que se explica porque el tipo de cambio se elevó un 129%, pasando de 20,5 a 47 pesos por dólar. Esto trajo unas consecuencias como la subida de precios, el poder adquisitivo de los salarios se redujo en un 11% interanual y el consumo se desplomó, sin olvidar que las ventas en supermercados se redujeron en un 12%. La caída del consumo está afectando a la actividad económica y al empleo. (*Ilustración 1*)

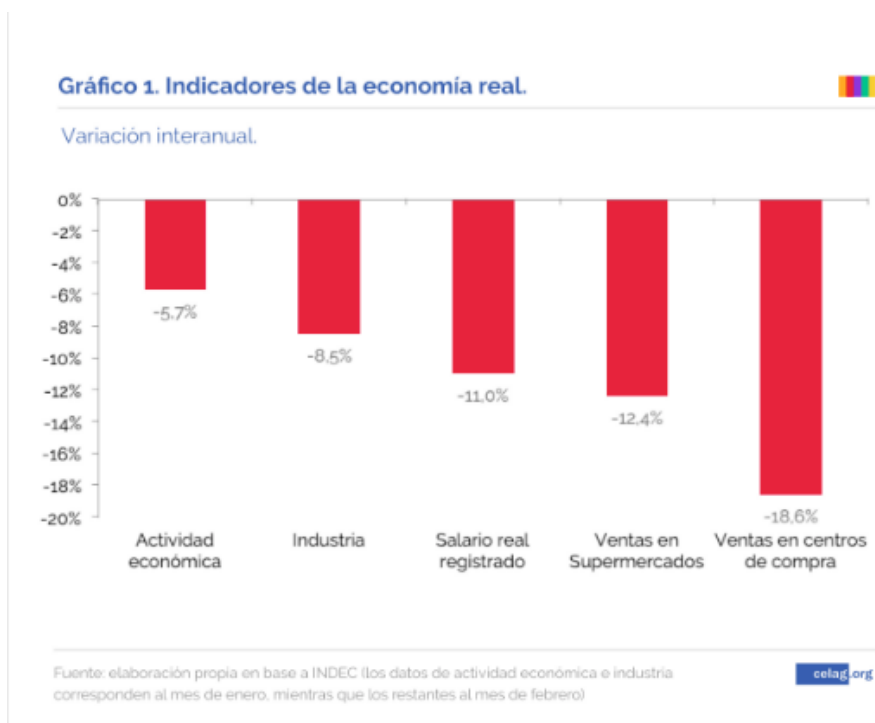


Ilustración 1. Indicadores de la economía real

Nota *Fuente*: Adaptado de Wahren P, Harracá M & Cappa A. (2018) A tres años de Macri: Balances y perspectivas de la economía Argentina. Argentina: Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica (CELAG).

Para empezar, con la visita al Banco Galicia, una entidad argentina, es posible llegar a entender más a fondo cómo el sector financiero impacta a la RSE. Banco Galicia cuenta con fuertes políticas de responsabilidad social a pesar de no tener un gran impacto ambiental o social. De hecho, es una de las instituciones del sector que más aporta al crecimiento de la RSE y que lo tiene como un objetivo a corto plazo, mediano y largo plazo.

Banco Galicia se enfoca bastante en la educación financiera, promoviendo el conocimiento para la realización personal de la gente. Esto se hace porque al igual que Colombia y otros países, la educación financiera no existe en el colegio y ni siquiera en la Universidad (dependiendo la carrera), por lo que el Banco es consciente de esto y quiere brindar la oportunidad para que la gente se informe. Esto va de la mano con el objetivo de promover al banco como un actor social relevante. El banco maneja la RSE como un triángulo, el cual se compone de lo social, ambiental y económico, por esta razón es que maneja diferentes planes y acciones.

Primero, en el tema ambiental cuentan con varios planes, empezando por el desarrollo del programa FOCA (Fondo para la Conservación Ambiental), este programa como su nombre lo dice, se enfoca en incentivar proyectos de investigación y gestión que busquen la conservación ambiental y el desarrollo sustentable del país. De hecho, este proyecto cuenta con el apoyo institucional del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación y de la Administración de Parques Nacionales (APN). Segundo, cuentan con un edificio (sede principal) con gestión ambiental, es decir, un edificio eco amigable que mide consumos de agua y recicla. Este edificio cuenta con certificación ISO. Además, se está trabajando para que en todos sus

bancos y sedes se empieza a aplicar este método, pero por ahora solo está presente en su sede principal en Buenos Aires.

Segundo, en el tema social cuenta con programas como la promoción laboral y el PRIAR (Programa Interactivo de Ayuda por Regiones) el cual es una ONG y tiene como objetivos:

1. Comprometerse con la comunidad llevando adelante programas sociales sustentables para ser agentes de cambio sobre el desarrollo de la sociedad.
2. Mejorar la calidad de vida de las personas que más lo necesitan, facilitando la educación, salud y alimentación.
3. Instalar nuevas capacidades en instituciones para que en el futuro puedan seguir creciendo por sí mismas.
4. Mejorar el presente para cambiar el futuro.

Por último, en el ámbito económico cuenta con programas de inversión directa y una línea MezzoFinanzas, estos dos proyectos se hacen con el fin de promover la educación financiera y poder brindarles mejores oportunidades económicas a las personas, a la vez de facilitarles sus inversiones o solicitudes y que puedan entender cómo se manejan las finanzas y cuáles son las mejores formas. Banco Galicia presenta un informe de sustentabilidad anual mostrando sus acciones con más detalle.

Ahora bien, en cuanto al sector de consumo masivo, la visita a FEMSA fue bastante interesante porque al ser una empresa multinacional con tanta repercusión en el sector ambiental

y también una de las empresas más importantes a nivel latinoamericano nos puede mostrar cómo son sus operaciones y sobre todo, cómo es su papel en la responsabilidad social, ya que contrariamente a Banco Galicia, esta empresa si tiene fuertes repercusiones ambientales.

FEMSA cuenta al igual que Banco Galicia con tres factores importantes de la RSE, lo ambiental, lo social y lo económico. Para lo ambiental, es la primera y única empresa en toda Argentina que tiene una fábrica la cual su energía es 40% eólica y es algo por lo cual están bastante orgullosos, y esto lo complementan con el reciclaje, hacer la reutilización de recursos es gran importancia para la empresa.

Socialmente están más activos porque tienen varios proyectos como el de la fundación CONIN, una fundación sin fines de lucro que lucha contra la desnutrición infantil, FEMSA es un importante aliado de CONIN, han logrado estar presentes en más de 18 provincias de Argentina y tienen más de 100 centros de prevención.

Por otro lado, FEMSA cuenta con huertas sustentables en Villa Los Pimentones, esto se trata de un proyecto para mejorar la calidad de vida de las personas del barrio Villa Los Pimentones. FEMSA apoyó este proyecto porque es en el barrio donde está su fábrica, entonces lo que quieren y su objetivo es poder contribuir y apoyar a la comunidad del barrio.

Por último, el plan de padrinazgo “Canteros de Alcorta” que consistió en apadrinar la plaza que se encuentra en la Planta Alcorta (Barrio de Pompeya). La idea fue plantar más de 100 árboles autóctonos y lograr establecer una alianza con escuelas e instituciones vecinas de la zona para limpiar la línea perimetral e instalar una plaza de juegos realizados con PET reciclado y mejorar la iluminación del lugar.

En el aspecto económico FEMSA, se caracteriza por el uso de la logística inversa, ya que maneja costos logísticos altos, por lo que para mitigar estos gastos utiliza esta estrategia.

Además, maneja una política de inclusión a personas no videntes, que hasta ahora están empezando a ejecutarla, pero por el mal momento del país no han podido hacerla realidad, es un proyecto a corto plazo.

FEMSA anualmente hace una declaración ambiental para poder hacer saber a todo el mundo el contexto y sus avances es cuanto a responsabilidad social.

“Cada año publicamos un Informe Integrado donde revelamos nuestro desempeño ambiental con respecto al uso eficiente del agua, tasa de reabastecimiento, integración de materiales reciclados en nuestros paquetes, tasas de reciclaje en nuestras instalaciones, uso de energía limpia y reducción de la huella de carbono y otras iniciativas ambientales desarrolladas por la empresa.” (FEMSA, 2018).

Otra empresa interesante al igual que FEMSA por su magnitud y peso en el factor ambiental es Toyota, esta empresa que está localizada en la ciudad de Zarate, también ya cuenta con propuestas y un plan de sostenibilidad que es denominado el Toyota Environmental Challenge 2050 (es un proyecto a nivel mundial de Toyota) el cual consiste en la importancia del cuidado de la seguridad, salud de los trabajadores, de la prevención de la contaminación y protección del ambiente. Este proyecto consta de seis pasos: mejoramiento continuo, prevención, cumplimientos legales y otros requerimientos, cooperación con la sociedad, difusión y concientización y compromiso.

Además de este proyecto, Toyota Argentina maneja solo dos factores de la RSE, el ambiental y el social. Para empezar, el ambiental consta de la reutilización de aguas y promover la

educación ambiental dentro de la compañía, para que sus empleados no solo reciclen en la compañía, pero en sus casas también. Por otro lado, en el aspecto social, hacen uso de procesos tercerizados para dar más empleo en el país, también hacen voluntariados ya sea ambientales o sociales, estos voluntariados van cambiando cada vez y solo algunos pocos se repiten, y por último, hacen mucho énfasis en la seguridad vial, por lo que generan muchas campañas para concientizar a la gente sobre el respeto por las leyes de tránsito.

Por último la empresa Reckitt Benckiser (RB), una de las multinacionales más grandes a nivel mundial, también ya tiene en proceso el proyecto de responsabilidad social, el cual consta de tres aspectos claves llamado *the 3 B's*, tratan de *Better business, better society and better environment*, esto lo hacen en base porque “*como líder mundial en salud, higiene y hogar, estamos comprometidos a mejorar las vidas de quienes trabajan con nosotros en cualquier capacidad y a hacer una diferencia en las comunidades de todo el mundo*” (RB, 2019).

También al igual que en Coca-Cola, esta empresa da un informe a final del año para dar a luz sus avances anuales sobre esto factor que lo consideran tan importante en su empresa, de hecho, cuentan con una sección de Responsabilidad social en donde los documentos publicados proporcionan información adicional sobre cada tema, así como las metodologías, definiciones, políticas y estándares.

¿Qué queremos decir con que RB es más sustentable?

<i>Sustainable</i> Innovation Calculator	Carbon g CO ₂ e / dose	Water Effective water L / dose	Packaging Effective packaging g / dose	Ingredients Self declaration
Better (More sustainable)	> 10% savings per dose	> 10% savings per dose	> 10% savings per dose	Complies with RSL + one new 'Preferred Sustainability Credential'
Same (No significant difference)	-1.5 – 10% savings	-1.5 – 10% savings	-1.5 – 10% savings	Complies with RSL
Worse (Less sustainable)	> 1.5% increase per dose	> 1.5% increase per dose	> 1.5% increase per dose	Does not comply with RSL (or variance)

Note: All product comparisons are done versus previous of category average.

Ilustración 2 ¿Qué se quiere decir con que RB es más sustentable?

Nota. Para un producto ser considerado sustentable debe estar en un puntaje de *better* en las categorías., es decir más de 10% savings.

Fuente. Adaptado de, Reckitt Benckiser Group plc (RB) 2019. *Sustainable Product Innovation* (p.5).

Finalmente, según el ranking elaborado por el Clarín en 2019, que se viene publicando en Argentina desde 2010 (Este ranking mide la reputación global de las empresas y de los ejecutivos que las lideran). Las empresas Arcor, Unilever, Coca-Cola (FEMSA) y Banco Galicia lideraron el último ranking de 2018 de Responsabilidad y Gobierno corporativo, que se encarga de evaluar la imagen de las empresas con relación a su rol en la comunidad, el comportamiento ético y la transparencia.

5. Análisis y presentación de resultados

5.1 Número de empresas que se trabajaron del sector de consumo masivo, automotriz y financiero

FEMSA: en esta institución se pueden encontrar múltiples datos acerca de la responsabilidad social ya que se sabe que tiene un informe anual sobre esta temática. También se destacan en el servicio de consumo masivo de Coca Cola. Además, al ser una empresa multinacional y que está presente no solo en Argentina sino en casi todos los países de la región, es de gran importancia cómo manejan la responsabilidad social y cómo se diferencian en esto sobre otros países. Es líder en los rankings de RSE, con mayor impacto en los ámbitos sociales y ambientales. Pionera de la RSE en Argentina.

Banco Galicia: este banco cuenta con sus estados financieros puestos en la red, en donde cualquier interesado puede consultarlos. Este es el banco más importante de Argentina, es el banco con más antigüedad y el que mayor cantidad de títulos públicos nacionales y provinciales tiene en cartera. Cuenta con más de 261 sucursales por todo el territorio argentino. Además, Banco Galicia fue la primera entidad argentina en acudir a los mercados bursátiles de Europa y Estados Unidos por 1990. En 1993 realizó la oferta pública internacional de sus acciones en Estados Unidos y en Europa.

Empresa líder en responsabilidad social empresarial y se ha mantenido en el top de los rankings de RSE de Argentina durante los últimos años. Empresa que más impacto tiene en el ámbito social y económico de la RSE.

Toyota: es una empresa la cual es la principal exportadora de vehículos para la región de Suramérica y también a la vez para Argentina. De hecho la Toyota Hilux fue el vehículo más vendido del país. Tal como ocurrió en 2016, el pick up fabricado en Zárate lideró el mercado con 33.482 camionetas facturadas. *También se quedó con el primer puesto en el ranking entre los automóviles, y tuvo al Etios (en sus versiones de 4 y 5 puertas) al tope con 32.023 coches registrados, convirtiéndose así en el segundo vehículo más comercializado.* (Diego Cuneo, 2019)

Ahora, al igual que FEMSA se puede observar el reporte de responsabilidad social, un reporte que se queda pequeño para el tamaño de la compañía, no obstante, está el Toyota Challenge, que es un gran proyecto y es a nivel mundial. Este tiene aspectos muy importantes e interesantes pero que hasta ahora se está empezando.

ReckittBenkiser: actualmente en Argentina, esta empresa tiene registradas las siguientes marcas: aquaessences, diamond standard, multi manchas colores telas temperatura, powertabs, rb-idealink, thediamonds standard, treesforchange, v, vanish poder02 magnets y durex. Es una de las compañías más grandes de Argentina, porque tiene un arsenal de productos bastante amplio. Esta compañía maneja los productos y estrategias no solo para Argentina, sino también para Chile y Brasil.

De todas las empresas visitadas fue la que menos información dio sobre la responsabilidad social en Argentina. Al igual que Toyota, cuenta con planes interesantes y reportes anuales pero que van más a nivel mundial que a nivel Argentina.

5.2 Recolección de información

La información fue obtenida mediante varias fuentes, la primera y la más importante fue mediante visita empresarial, es decir, personalmente acudir a Argentina e ir a cada una de las empresas mencionadas, en donde se tuvo la posibilidad de hablar directamente con los empleados de la empresa, y obtener de primero mano la información sobre la RSE. Lo más importante fue poder hablar con los encargados de la RSE en cada institución, lo cual dio más claridad de los proyectos y de la situación actual de la organización. Adicionalmente, se pudo obtener una entrevista con las personas encargadas de la RSE en las empresas y con profesores de la Universidad de Buenos Aires, los cuales brindaron apoyo e información acerca del país y su impacto sobre la RSE.

Segundo, se obtuvo información para complementar las visitas de manera de revisión bibliográfica. Se buscó en las páginas web oficiales de las empresas y así como artículos académicos para complementar la RSE. En lista de referencias se anexan todas las revisiones bibliográficas.

6. Conclusiones

En conclusión, la RSE cada día toma más relevancia para las compañías, hoy en día los planes de desarrollo de las empresas tienen que incluir la RSE, se ha vuelto una parte fundamental para poder crecer y desarrollarse. Esto se pudo observar en todas las empresas

visitadas y analizadas, en las cuales la RSE siempre estaba presente y era parte del plan de crecimiento o desarrollo, obviamente en unas empresas más que otras, por ejemplo, FEMSA y Banco Galicia tenían a la RSE como algo primordial y abarcan todos sus ámbitos (social, ambiental y económico), mientras RB o Toyota abarcaban uno o dos ámbitos nada más y la RSE no era tan primordial como para las demás.

Argentina es un país que a pesar de sus dificultades económicas por las que está pasando, tiene en cuenta la RSE, claramente en este momento no es primordial ni está en sus objetivos a corto plazo, es entendible que tiene que salir de esta fuerte crisis para poder concentrarse en lo que respecta a la RSE. No obstante, ha venido haciendo un buen trabajo, a pesar de no dar incentivos para las compañías que apliquen la RSE tiene una ley de energía renovable, la ley 27191 Régimen de Fomento Nacional para el Uso de Fuentes Renovables de Energía Destinada a la Producción de Energía Eléctrica, la cual consta que el 8% de la energía que utilizan las compañías debe de ser renovable.

Argentina y las empresas tienen que ir de la mano en lo que respecta a la RSE, ambos han dado sus primeros pasos y deben de continuar así, ya que es una práctica en la cual todos ganan, gana la comunidad, ganan los empleados, gana el país y gana la empresa, una de las pocas actividades de la cual todos se benefician. Es importante poder alinear la RSE a sus objetivos como Banco Galicia o FEMSA, que no solo es crear proyecto o planes sino también aliarse con fundaciones u otros eventos que sean de beneficio social.

Además, la mayoría de las compañías se dieron cuenta que la RSE no solo se trata de lo ambiental, sino que abarca más temas, no es solo ayudar a reciclar, sino es poder contribuir a la comunidad, y se pudo observar que las compañías entienden eso, unas más que otras. La RSE es clave y más para un país como Argentina, que a pesar de sus crisis es un país muy importante

para Sudamérica, el cual en este tema puede dar ejemplo a otros países menos desarrollados y con menos experiencia en el tema de la RSE.

7. Referencias bibliográficas

- ADEFA (Asociación de Fábricas de Automotores) (mayo 2019). *Estadísticas Mensuales 2019*. Recuperado el 15 de julio de 2019 de <http://www.adefa.org.ar/es/estadisticas-mensuales?ida=2019>
- Almeida R. (26 de marzo 2019). *La inflación reactiva la devaluación del peso argentino, que llega a nuevos mínimos históricos*. Recuperado el 25 de septiembre de 2019 de <https://www.europapress.es/economia/noticia-inflacion-reactiva-devaluacion-peso-argentino-llega-nuevos-minimos-historicos-20190326200552.html>
- Banco Galicia (2001). *Información Corporativa/ Corporate Information*. Recuperado el 10 de marzo de 2019 de <https://www.bancogalicia.com/banca/online/web/Eminent>
- Banco Mundial (2019). *Argentina: panorama general*. Recuperado el 10 de marzo de 2019 de <https://www.bancomundial.org/es/country/argentina/overview>
- Bolzico J. (17 de diciembre de 2018). *Sistema Financiero: situación actual y perspectivas*. Recuperado el 10 de enero de 2020 de <https://www.ambito.com/economia/anuario-2018/sistema-financiero-situacion-actual-y-perspectivas-n5005430>
- Cardona O. (19 de julio 2019). *La historia de casi 100 años de la responsabilidad social empresarial*. Recuperado el 10 de enero de 2020 de <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/la-responsabilidad-social-empresarial-tiene-un-recorrido-historico-a-nivel-global-2528179>
- Compte J. (5 de junio 2019). *Cayó 63% la entrega de autos a fábricas a concesionarios en Mayo*. Recuperado el 20 de agosto de 2019 de <https://www.cronista.com/apertura-negocio/empresas/La-produccion-de-vehiculos-cayo-35-en-mayo-segun-Adefa-20190605-0005.html>

- Congreso Nacional de la República de Argentina (2015). *Ley 27191 de 2015, Régimen de Fomento Nacional para el uso de Fuentes Renovables de Energía destinada a la Producción de Energía Eléctrica*. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/250000-254999/253626/norma.htm>
- Cúneo D. (3 de enero 2019). *Los autos más vendidos de 2018*. Recuperado el 17 de septiembre de 2019 de <https://www.lavoz.com.ar/listas/autos-mas-vendidos-en-argentina-durante-2018>
- FEMSA Argentina. (2019). *Coca Cola FEMSA Argentina*. Recuperado el 10 de marzo de 2019 de <https://www.coca-colafemsa.com/presencia/presencia-argentina.html>
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria. (2019). *Quienes somos*. Recuperado el 10 de marzo de 2019 de <http://www.iarse.org/que-es-iarse/quienes-somos>
- Kirschbaum R. (16 de abril 2017). *Las 100 empresas con mejor reputación en responsabilidad social*. Recuperado el 17 de agosto de 2019 de https://www.clarin.com/economia/100-empresas-mejor-reputacion-responsabilidad-social_0_rk8LXf2ag.html
- Marino J. (12 de junio 2019). *Fintech: oportunidades y desafíos de un fenómeno que no para de crecer*. Recuperado el 17 de agosto de 2019 de <https://www.ambito.com/edicion-empresa-libre/fintech/fintech-oportunidades-y-desafios-un-fenomeno-que-no-crecer-n5036663>

Ministerio de Hacienda. (junio 2018). *Informes Productivos Provinciales*. Buenos Aires.

Recuperado el 20 de septiembre de 2019 de

https://www.economia.gob.ar/peconomica/dnper/fichas_provinciales/SSPMicro-Informes_Productivos_Provinciales-BuenosAires.pdf

Morales V. (25 de abril 2018). *La Argentina está asumiendo que la responsabilidad*

social es de todos. Recuperado el 20 de agosto de 2019 de

<https://www.infobae.com/opinion/2018/04/25/la-argentina-esta-asumiendo-que-la-responsabilidad-social-es-de-todos/>

Morros, J. Vidal, I. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid: FC

Editorial

Pardo D. (30 de agosto 2018). *3 claves que explican qué está pasando con la economía*

en Argentina. Recuperado el 4 de abril de 2019 de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-45361764>

Pardo D. (16 de enero 2019). *Argentina reporta una inflación de 47% en 2018, la más*

alta en 27 años. Recuperado el 4 de abril de 2019 de

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-46887115>

ReckittBenckiser. (2019). *Who we are*. Recuperado el 11 de marzo de 2019 de

<https://www.rb.com/about-us/who-we-are/>

Redacción ADN (10 de febrero 2019). *La industria argentina volvería a caer en 2019*.

Recuperado el 4 de abril de 2019 de <https://www.adnrionegro.com.ar/2019/02/la-industria-argentina-volveria-a-caer-en-2019/>

- Ruiz M. (14 de septiembre 2019). *Industria en crisis: la pesada herencia automotriz*. Recuperado el 10 diciembre de <https://www.cenital.com/2019/09/14/industria-en-crisis-la-pesada-herencia-automotriz/64167>
- Suarez A. (2018). *Retail y Consumo Masivo: tendencias y perspectivas de un sector en constante cambio*. Recuperado el 4 de abril de 2019 de <https://www.pwc.com.ar/es/servicios/auditoria/retail-y-consumo-masivo-tendencias-y-desafios-de-un-sector-en-constante-cambio.pdf>
- Toyota Argentina. (2019). *Conocé nuestra visión y nuestra misión*. Recuperado el 11 de marzo de 2019 de <https://www.toyota.com.ar/acerca-de-toyota>
- Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas (UCCI) (2016). *Buenos Aires, Capital Federal (Argentina)*. Recuperado el 23 de abril de 2019 de <https://ciudadesiberoamericanas.org/quienes-somos/ciudades-miembro/buenos-aires-argentina/>
- Universidad de Buenos Aires (12 de agosto de 2019). *La UBA, de cara a su Bicentenario*. Recuperado el 11 de octubre de 2019 de <http://www.uba.ar/noticia/19502>
- Universidad Santo Tomás. (12 de mayo de 2019). *Qué es la Responsabilidad Social*. Recuperado el 25 de julio de 2019 de http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/2momento_planeacion/qu_es_la_responsabilidad_social.html

Wahren P., Harracá M., y Cappa A. (2018). *A tres años de Macri. Balances y perspectivas de la economía argentina*. Recuperado el 4 de abril de 2019 de https://www.celag.org/wp-content/uploads/2018/12/A_TRES_AN%CC%83OS_DE_MACRI_BALANCES_Y.pdf