

ARTÍCULO CIENTÍFICO

LA GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS INDUSTRIALES DE SANTA CRUZ DE LA SIERRA EN BOLIVIA

THE MANAGEMENT OF ENTREPRENEURIAL SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE INDUSTRIAL ENTERPRISES OF SANTA CRUZ DE LA SIERRA IN BOLIVIA

**FRANCISCO FIDEL
BORRÁS ATIÉNZAR**

Universidad de La Habana, Cuba.

✉ fborrasatienzar@gmail.com

**CARLOS ROSEMBERT
REVOLLO LIJERON**

Universidad Autónoma "Gabriel René
Moreno", Bolivia.

✉ carlorevollo12345@gmail.com

PALABRAS CLAVE

impacto social, desarrollo sostenible, gestión empresarial, Bolivia.

KEYWORDS

social impact, sustainable development, business management, Bolivia.

RESUMEN

El trabajo presenta los resultados de un estudio realizado con el fin de valorar la gestión de la responsabilidad social en las empresas industriales de la Ciudad de Santa Cruz de la Sierra en Bolivia. La investigación utiliza varios métodos y técnicas científicas, entre ellos, el cuestionario a través de encuesta, el análisis de contenido y la triangulación de fuentes, los cuales se aplicaron a una muestra estadística representativa del total de empresas cruceñas. Los resultados evidencian que la gestión de la responsabilidad social empresarial es muy débil y que la atención a la dimensión económica sobresale por encima de las dimensiones social y ambiental.

ABSTRACT

This article presents the results of a study carried out with the aim of assessing the management of social responsibility in the industrial enterprises of the City of Santa Cruz de la Sierra in Bolivia. The research uses several scientific methods and techniques, including questionnaires through surveys, content analysis and source triangulation, which were applied to a representative statistical sample of the total number of Santa Cruz enterprises. The results show that the entrepreneurial social responsibility management is very weak and that attention is drawn to the economic dimension over the social and environmental dimensions.

LA GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS INDUSTRIALES DE SANTA
CRUZ DE LA SIERRA EN BOLIVIA

Autores:
FRANCISCO FIDEL BORRÁS ATIÉNZAR
CARLOS ROSEMBERT REVOLLO LIJERON

Recibido: 16 de septiembre, 2020

Aprobado: 22 de octubre, 2020

CÓDIGO JEL: M14

DOI: <https://doi.org/10.24215/26185474e008>

Revista Proyecciones Año 2020 N° 14

ISSN: 2618-5474

<https://revistas.unlp.edu.ar/proyecciones/>

Entidad editora:

Instituto de Investigaciones y
Estudios Contables de la Facultad
de Ciencias Económicas - UNLP.



INTRODUCCIÓN

El desarrollo vertiginoso de los avances científicos y las tecnologías, en un mundo muy globalizado, ha hecho que la exigencia de lograr la sostenibilidad del desarrollo, desde las organizaciones hasta las naciones, se coloque en un primer plano de atención. El desarrollo hoy en día no se puede limitar a la prosperidad económica. Las dimensiones social y ambiental cobran un protagonismo, como nunca antes en la historia de la humanidad, en la gestión del presente y las estrategias de desarrollo para el futuro. Se trata de un hecho indiscutible: la responsabilidad social se ha convertido en un factor imprescindible para garantizar el desarrollo sostenible.

El interés cada vez mayor del estudio científico de la Responsabilidad social empresarial (RSE) y su aplicación práctica en las empresas se evidencia en la multiplicidad de académicos, investigadores y empresarios que han abordado el tema (Altamirano et al., 2015; Ayuso, 2018; Carnevale et al., 2012; Caro Méndez y Ojeda Hidalgo, 2019; Chumaceiro et al., 2013; Díaz, 2013; Fernández y Cuadrado, 2011; Gálvez et al., 2020; García Cossío y Pérez Ruiz, 2014; González y Robaina, 2014; Herrera et al., 2013; Mariño, 2015; Orjuela, 2011; Pahlen y Campo, 2019; Peña et al., 2016; Piñeiro y Romero, 2011; Sheldon y Park, 2011; Tello y Rodríguez, 2014; Vélez, 2011; Vidal et al., 2019).

Paulatinamente las empresas han ido pasando de un modelo de gestión enfocado a la maximización de las ganancias, como indicador de éxito, a un modelo de gestión fundamentado en la creación de valor a través de la sostenibilidad, la que, a su vez, se asienta en la integración e interacción de tres pilares: económico, social y ambiental (Mariño, 2015).

También son muy variadas las definiciones conceptuales de la RSE (Albors, Paricio, 2016; Antelo y Robaina, 2015; Caro Méndez y Ojeda Hidalgo, 2019; Cifuentes, 2012; Comisión Europea, 2001; Larrán y Andrades, 2015; Orjuela, 2011). Sin embargo, al estudiarlas en su conjunto, aparecen las siguientes regularidades de la RSE: está vinculada al impacto social y medioambiental; se enfoca hacia los grupos de interés de la empresa; y persigue como objetivo el desarrollo sostenible en sus tres dimensiones.

Así, la RSE puede entenderse como una filosofía de gestión que integra los objetivos económicos con el compromiso con el impacto social y ambiental, la consideración de las expectativas de sus grupos de interés, con el fin de garantizar el desarrollo sostenible de la empresa (Revollo y Borrás, 2019).

La dimensión económica se refiere al desempeño de la empresa en su quehacer productivo y comercial y se evidencia en aspectos tales como la elaboración de productos socialmente responsables, el manejo de precios justos, la gestión del riesgo y el desarrollo de inversiones con un impacto social positivo.

La dimensión social se vincula a la interacción de la empresa con

la comunidad y la sociedad en general y se aprecia en aspectos como la generación de empleos, beneficios sociales, igualdad de género y educación a la comunidad. Se trata, por una parte, de cumplir con las exigencias legales y éticas de las relaciones con la comunidad y la Sociedad; por otra, que la actuación de la empresa se corresponda con las costumbres y cultura de la sociedad con la que interactúa.

La dimensión ambiental enfatiza el compromiso de la empresa con el cuidado y protección del medio ambiente, lo que se observa en la conservación del entorno, la minimización de impactos desfavorable, así como la elaboración de productos medioambientales responsables. Las empresas deben evitar cualquier impacto desfavorable de su actividad sobre el medio ambiente. Es necesario tener en cuenta este impacto desde la adquisición y consumo de materiales hasta la venta y posterior consumo de sus productos.

En los últimos 15 años Bolivia ha tenido un significativo mejoramiento de sus indicadores económicos y sociales. El crecimiento del PIB, el incremento del tejido empresarial, la modernización de su sistema financiero, la disminución de los niveles de pobreza, entre otros aspectos, evidencian que la situación actual y tendencias de la economía y la sociedad boliviana tienen posibilidades y necesidad de desarrollar la gestión de la RSE en sus empresas. Por otra parte, el marco legal existente en Bolivia representa un sustento normativo sólido y suficiente para la gestión de la RSE. Sin embargo, el modelo de gestión empresarial con un enfoque socialmente responsable es aún muy incipiente.

A pesar de que la ciudad de Santa Cruz de la Sierra es una de las regiones del país que presenta un elevado desarrollo del sector empresarial, no se conocen suficientemente los niveles de gestión de la responsabilidad social. Las empresas se centran más en el reporte de sus resultados económicos y financieros que en el impacto social y ambiental que ejercen. Entre los factores que pueden estar incidiendo en la baja medición e información de la responsabilidad social de las empresas cruceñas se encuentra la baja comprensión de la importancia del enfoque social y medioambiental en el desarrollo sostenible de las empresas, así como la ausencia de guías metodológicas que reflejen las particularidades de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra.

Las empresas cruceñas carecen de sistemas de indicadores que permitan valorar la gestión de la responsabilidad social y ofrezcan reportes a los usuarios de la información de la empresa. Entre estos usuarios que necesitan dicha información es necesario considerar a la gerencia, los trabajadores, los dueños, acreedores, fisco, clientes, proveedores, entre otros.

El objetivo del presente estudio es realizar un diagnóstico de la gestión de la Responsabilidad Social en las empresas industriales de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra en Bolivia. Detectar los principales avances y debilidades en este campo servirá para el perfeccionamiento de las estrategias de desarrollo sostenible de estas empresas.

METODOLOGÍA

Para la realización del diagnóstico de la situación actual de la gestión de la RSE en las empresas industriales de la ciudad de Santa Cruz se desarrollaron dos etapas de estudio, mediante la siguiente metodología de investigación científica:

Etapas 1: Estudio de la gestión de la RSE en las empresas industriales de la ciudad de Santa Cruz, registradas en la Cámara de Comercio (CAINCO). Para ello se utilizó el método de investigación cualitativa que utiliza el cuestionario mediante la técnica de la encuesta. Los encuestados fueron los miembros de la gerencia de dichas empresas. La muestra fue aleatoria y abarcó al universo total de las empresas.

Etapas 2: Análisis de la información emitida públicamente sobre RSE por las empresas industriales de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra. Para ello se utilizó el método de investigación científica denominado análisis de contenido, donde la información cualitativa se transforma en cuantitativa para su estudio. Para ello se estudiaron las informaciones que las empresas industriales de la ciudad de Santa Cruz hacen públicas a través de Internet. La muestra de las informaciones tomadas fue aleatoria y abarcó el 100% de las empresas estudiadas.

Las empresas industriales de la ciudad de Santa Cruz, registradas en la Cámara de Comercio (CAINCO) y la Concesionaria de Registro de Comercio de Bolivia (FUNDEMPRESAS) ascienden a un universo de 104 organizaciones.

Las empresas fueron clasificadas en 4 grupos:

- industria alimenticia;
- industria de materiales de la construcción;
- industria ligera;
- agroindustria.

Para la primera etapa de la investigación se elaboró un cuestionario que fue aplicado en forma de encuesta a directivos empresariales. Su objetivo fue estudiar el nivel de gestión de la RSE según criterios de los empresarios.

El cuestionario (ver Anexo 1) se estructuró en cuatro partes:

- a) información sobre la empresa;
- b) gestión de la dimensión social de la RSE (19 preguntas);
- c) gestión de la dimensión ambiental de la RSE (13 preguntas);
- d) gestión de la dimensión económica de la RSE (13 preguntas).

El nivel de gestión de la RSE se evaluó por cada pregunta mediante una escala Likert 1-6, donde el 1 representa la peor situación y el 6 la mejor.

Para la determinación del tamaño de la muestra aleatoria y representativa de las empresas industriales de la ciudad de Santa

Cruz de la Sierra se utilizaron los siguientes cálculos:

- Con margen de error 5% y nivel de confianza 95%: el tamaño sería 82 empresas.
- Con margen de error 10% y nivel de confianza 95%: el tamaño sería 50 empresas.

Según los paradigmas estadísticos lo más apropiado sería un tamaño de muestra de 82 empresas. Sin embargo, hasta un tamaño mínimo de 50 empresas estaría en los rangos permisibles para declarar la muestra representativa.

El cuestionario, formalizado en una encuesta, fue enviado a las 104 empresas, algunas aplicadas personalmente por los investigadores a los empresarios y la mayoría a través de correo electrónico. De ellas respondieron 86 empresas para un 83% del universo, tres empresas más que las requeridas para la muestra óptima.

Esto significa que tomando 86 empresas el tamaño de muestra queda validado pues se obtienen los siguientes márgenes de error:

- Con un nivel de confianza de 95% el margen de error es 4,42%.
- Con un nivel de confianza de 99% el margen de error es 5,82%.

En la segunda etapa se utilizó el método de análisis de contenido que consiste en el conjunto de procedimientos de estudio e interpretación de productos de la comunicación, tales como mensajes, textos, informes, memorias, discursos, etc., que han sido transmitidos por diferentes vías de comunicación y posteriormente registrados. Mediante técnicas de medida o valoración, que pueden ser cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades) o cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen como fin procesar datos relevantes sobre los contenidos y las condiciones en que se han producido esas comunicaciones. En el análisis de contenido no es el estilo del texto lo que se pretende analizar, sino las ideas expresadas en él, siendo el significado de las palabras, temas o frases lo que intenta cuantificarse.

En el estudio de la información sobre responsabilidad social que emiten las empresas industriales de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, la aplicación del método de análisis de contenido tuvo las siguientes características:

1. Selección de la comunicación a analizar:

- información en páginas Web;
- informes de gestión;
- memorias de sostenibilidad;
- informes y anexos a los Estados Financieros;
- anuncios publicitarios en prensa especializada;

2. Se trata de un análisis descriptivo, dirigido a la identificación y clasificación de las comunicaciones que se corresponden con tres categorías fundamentales: social, ambiental y económica.

3. Las unidades de análisis tienen una escala de tipo nominal con

un intervalo de solamente dos posiciones: presencia o ausencia de las categorías objeto de estudio.

Se buscó por diferentes vías la información pública de las 104 empresas que representan el 100% de las empresas industriales de la Ciudad de Santa Cruz de la Sierra. Sin embargo, solamente se pudo encontrar información consistente en 66 empresas para un 63,4% del universo total.

Se entiende por información consistente la que reúne dos condiciones:

Primero, se corresponde con el tipo de comunicación que se determinó en el diseño de la investigación: información en páginas Web, informes de gestión, memorias de sostenibilidad, informes y anexos a los Estados Financieros, anuncios publicitarios en prensa especializada.

Segundo, se encontraron al menos tres comunicaciones de la misma empresa.

De esta forma, la muestra estadística de 66 empresas representa un error máximo de 7% para un nivel de confianza del 95%; y un error del 9,6% para un nivel de confianza del 99%. O sea, la muestra está en el rango permisible de 5-10% y por lo tanto es representativa del universo.

Los resultados de ambas etapas de la investigación fueron contrastados mediante el método de triangulación de fuentes para detectar las principales regularidades en la gestión de la Responsabilidad Social en las empresas objeto de estudio.

RESULTADOS

Resultados del estudio mediante cuestionario

Los resultados obtenidos del estudio evidenciaron que las principales debilidades de la gestión de la RSE están concentradas en la dimensión social, donde el 74% de sus criterios de valoración obtuvieron una puntuación entre 1 y 2,8, lo que significa que dichas acciones se realizan “muy poco o nunca” (ver Gráfico 1). Además, solamente uno de los criterios obtuvo puntuación mayor de 4 (acciones que se realizan “a veces”). El resto de los criterios estuvieron en el intervalo de 3 a 3,2 (se realizan “poco”).

En la dimensión ambiental el 54% de los criterios estuvieron por debajo de 3 (ver Gráfico 2). La mejor situación se encuentra en la dimensión económica de la RSE, donde solamente el 23% de los criterios obtuvo puntuación menor de 3 y el 54% mayor que 4 (ver Gráfico 3).

Ninguno de los 49 criterios de gestión de RSE fue evaluado de 6 y solamente un aspecto fue evaluado de 5. Esto debe interpretarse de la siguiente forma: ninguno de los criterios a valorar se realiza “siempre” por la empresa como algo consustancial a la RSE y solo uno se hace “casi siempre”. O sea, 48 de las 49 acciones de RSE que deberían desarrollarse en las empresas o no se hacen, o se hacen muy poco o solamente a veces.

Si se hace un análisis de las medianas de las respuestas de toda la muestra: los aspectos con menor puntuación son la no existencia de políticas de RSE y la débil comunicación interna. A continuación, se hace un análisis de los resultados obtenidos en cada dimensión.

En la dimensión social las principales debilidades de la gestión de la RSE están en los siguientes aspectos (ver Gráfico 1):

1. No existen políticas ni procedimientos para evaluar los impactos que ejerce la empresa sobre la responsabilidad social, con lo cual no poseen herramientas para valorar su gestión y con ello corregir las fallas.
2. Las decisiones no se comunican a todos los niveles de dirección y a los empleados, lo que resta posibilidades para el trabajo en equipo, la motivación del personal, los aportes de innovación y la participación en la toma de decisiones empresariales.
3. No se estimula a los empleados por el desempeño social y ambiental, con lo cual no hay incentivos para que el personal se interese en la RSE.
4. No se informa y educa a los clientes sobre el impacto de sus acciones sobre la RSE. La educación social de los clientes es una parte importante de la responsabilidad de las empresas.
5. Los errores de la gerencia y el personal no son objeto de divulgación y análisis con el objetivo de prevenir su repetición en el futuro.
6. Es muy poca la información sobre el impacto social y ambiental que resultan de las decisiones de la empresa, tanto en beneficio o perjuicio de su responsabilidad social. La comunicación de los impactos de la actividad de la empresa sobre la Sociedad y el Medio eleva el compromiso del colectivo de trabajadores hacia la RSE.
7. Se promueven muy poco la innovación, capacitación y formación de los trabajadores. En la era del conocimiento, la globalización y el desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones: la capacitación del personal y el desarrollo de la cultura innovadora es esencial para lograr el éxito sostenible de las empresas.
8. Es débil el diseño e implementación de estrategias de gestión de la RSE.
9. Se fomenta muy poco la generación de relaciones positivas de la empresa y sus trabajadores con la comunidad.

Si se hace el análisis por grupos de empresas se observa que, a pesar de que las debilidades en la gestión de la dimensión social es una regularidad para todos los sectores, entre ellos hay diferentes niveles de desempeño social (ver Tabla 1). En sentido general, la industria alimenticia y la agroindustria tienen una gestión de la RSE un poco mejor que el resto de las empresas industriales. Las mejores puntuaciones en las cuatro industrias estudiadas fueron:

Gráfico N° 1: Valoración de la gestión de la dimensión social de la RSE en empresas industriales de la Ciudad de Santa Cruz de la Sierra (Escala Likert 1-6)



Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 1: Valoración de la gestión de la dimensión social de la RSE por Grupos de empresas industriales de la Ciudad de Santa Cruz de la Sierra (Escala Likert 1-6)

	DIMENSIÓN SOCIAL	TOTAL DE EMPRESAS		MEDIA POR GRUPOS				MEDIANA POR GRUPOS			
		MEDIA	MEDIANA	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Se cumplen las leyes y regulaciones	3,0	3	3,3	2,7	2,7	3,4	3	2	2	3
2	Se promueven los principios y valores humanos	2,5	2	2,7	2,0	2,5	3,6	2	2	2	3
3	Se promueve la educación y el respeto a las diferencias	2,7	3	3,4	2,8	1,9	2,7	3	2	2	2
4	Se respetan los derechos de la mujer	2,8	3	2,6	3,2	2,5	3,5	2	3	2	4
5	Las decisiones se comunican a todos los niveles	1,6	1	1,5	1,5	1,5	2,3	1	1	1	3
6	Se informa el impacto social y ambiental de las decisiones	2,1	2	2,2	1,6	2,3	2,5	2	2	2	2
7	Se comunican los errores de la gerencia y el personal para no repetirlos	2,0	2	2,4	2,0	1,4	2,1	2	2	1	2
8	La gestión se basa en un diseño estratégico formal	2,2	2	2,4	1,9	2,3	2,7	2	2	2	2
9	La misión y la visión de la empresa incluyen la RSE	3,2	3	3,0	3,5	3,2	3,4	3	3	3	3
10	Existen políticas para evaluar los impactos sobre la RSE	1,4	1	1,3	1,5	1,3	1,5	1	1	1	1
11	Los objetivos estratégicos incluyen metas sociales y ambientales.	2,5	2	3,0	2,3	2,3	2,6	3	2	2	2
12	Se estimula a los empleados por el desempeño social y ambiental	1,6	2	1,7	1,2	1,7	2,1	2	1	2	2
13	Se garantiza la salud y la seguridad de los trabajadores	3,2	3	3,7	3,1	2,9	3,4	4	3	3	4
14	Se promueven la innovación, capacitación y formación de los trabajadores	2,2	2	2,5	1,9	2,0	2,4	2	2	2	2
15	Se informa a los clientes sobre el impacto de sus acciones sobre la RSE	1,8	2	1,5	2,0	1,5	2,3	1	2	1	2
16	Se fomenta la generación de relaciones positivas con la comunidad.	2,4	2	2,5	2,2	2,5	2,1	3	2	2	2
17	Se promueven proyectos con las comunidades	3,1	3	3,6	3,2	2,7	2,6	4	3	3	3
18	Se informa a los consumidores los efectos del consumo inadecuado de los productos	2,8	3	3,6	2,7	2,5	2,4	4	3	3	3
19	Relaciones colaborativas y transparentes con las instituciones de gobierno.	4,4	4	4,5	4,3	4,5	4,5	4	4	4	4

Fuente: Elaboración propia.

la garantía de la salud y seguridad de los trabajadores y las relaciones de colaboración con las instituciones gubernamentales. Sin embargo, es importante subrayar que las medianas de las valoraciones de casi todos los aspectos analizados estuvieron en un rango de 1 a 3. Solamente un ítem fue valorado con 4. Esto refleja que la gestión de la dimensión social en las empresas es insuficiente.

Las principales debilidades en la dimensión ambiental comunes a todas las industrias y que representan acciones que no se realizan nunca o muy poco, son las siguientes (ver Gráfico 2):

1. La identificación y la prevención de riesgos ambientales.

2. Las inversiones en temas ambientales.

3. La educación ambiental de los trabajadores.

4. La prevención y minimización de impactos por ruido, olor, luz, contaminación ambiental, etc.

5. Los planes para evitar accidentes ambientales que pueden afectar a la comunidad.

La gestión de la dimensión ambiental de la RSE en la industria alimenticia es la que mayores puntuaciones alcanza; y la industria ligera es la más rezagada (ver Tabla 2). Los aspectos con mayor

Gráfico N° 2: Valoración de la gestión de la dimensión ambiental de la RSE en empresas industriales de la Ciudad de Santa Cruz de la Sierra (Escala Likert 1-6)



Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 2: Valoración de la gestión ambiental de la RSE por Grupos de empresas industriales de la Ciudad de Santa Cruz de la Sierra (Escala Likert 1-6)

	DIMENSIÓN AMBIENTAL	TOTAL DE EMPRESAS		MEDIA POR GRUPOS				MEDIANA POR GRUPOS			
		MEDIA	MEDIANA	I	II	III	IV	I	II	III	IV
20	Manejo óptimo del consumo de energía.	3,4	3	3,0	3,5	3,4	3,7	3	4	3	4
21	Ahorro del agua.	3,6	4	3,7	3,7	3,6	3,5	4	4	4	3
22	Manejo y reducción de residuos y vertimientos.	3,2	3	3,9	3,5	2,5	2,6	4	3	2	3
23	Cumplimiento de la legislación ambiental	4,0	4	4,3	4,4	3,3	3,7	4	4	3	4
24	Inversiones en temas ambientales	2,5	2	2,6	2,6	2,4	2,4	3	2	2	2
25	Prevención y minimización de impactos por ruido, olor, luz, vibraciones y contaminación del suelo.	1,7	2	2,0	1,5	1,7	1,7	2	1	2	2
26	Identificación y prevención de riesgos ambientales	1,6	1	1,8	1,5	1,5	1,3	2	1	1	1
27	Uso de productos y servicios de proveedores que demuestran compromiso con el medio ambiente.	2,4	2	2,7	2,4	2,2	2,3	3	2	2	2
28	Cuentan con una certificación ambiental.	3,5	4	4,7	3,2	2,5	3,6	5	3	2	4
29	Se utilizan productos no contaminantes.	3,2	3	3,8	3,0	2,7	3,5	4	3	3	4
30	Educación ambiental a los trabajadores.	1,9	2	1,8	2,0	1,7	2,3	2	2	2	2
31	Se educa a los clientes sobre el cuidado del medio ambiente	2,0	2	2,8	1,7	1,4	2,3	3	2	1	2
32	Planes para evitar accidentes ambientales que afecten a la comunidad	1,5	1	2,0	1,2	1,2	1,6	2	1	1	2

Fuente: Elaboración propia.

atención por parte de las empresas son: el manejo y consumo óptimo de energía y agua; el cumplimiento de la legislación ambiental; y la no utilización de productos no contaminantes.

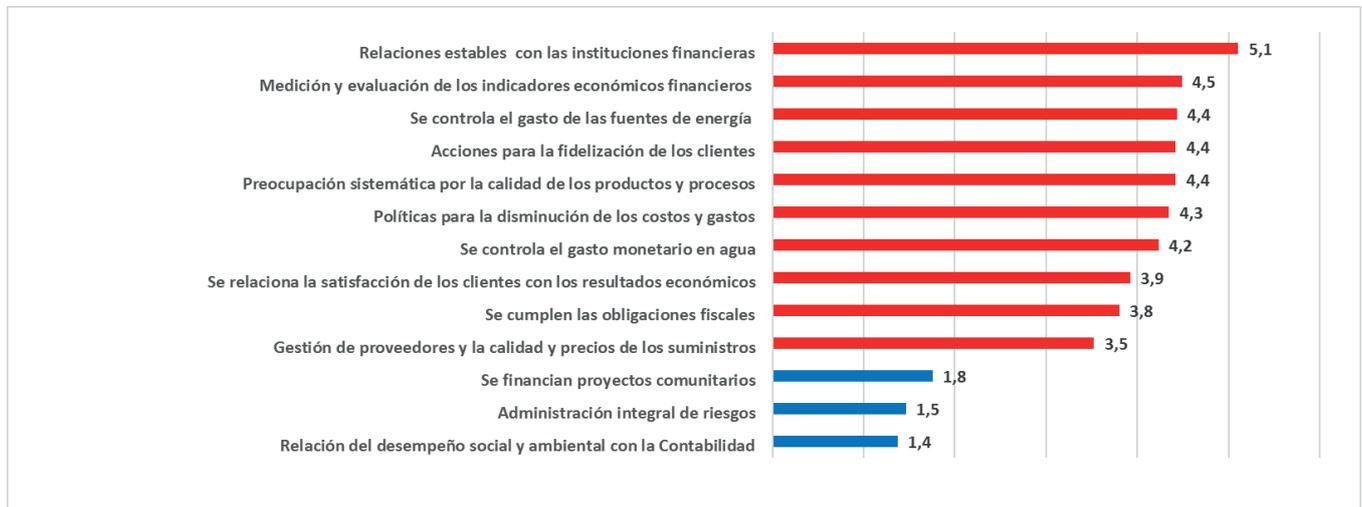
La dimensión de la RSE mejor gestionada por las empresas estudiadas es la económica (ver Gráfico 3). Los aspectos más débiles son los siguientes:

1. la administración integral de riesgos;
2. el apoyo económico y financiamiento a proyectos comunitarios;
3. relación del desempeño social y ambiental con la información contable.

Es justo destacar que muchas de las variables de la dimensión económica presentan un nivel de gestión aceptable, entre ellas: la medición y evaluación de indicadores económicos y financieros; el control de los costos y gastos; el seguimiento a la calidad de los productos y procesos; la atención a los clientes; y las relaciones con las instituciones financieras; el cumplimiento de las principales obligaciones fiscales; y las políticas que relacionan la satisfacción del cliente con los resultados económicos.

Sin embargo, la gestión económica en cada una de las industrias es desigual (ver Tabla 3). En la industria alimenticia y la agroindustria, por lo general presentan una mejor gestión económica, considerando los resultados de la encuesta.

Gráfico N° 3: Valoración de la gestión de la dimensión económica de la RSE en empresas industriales de la Ciudad de Santa Cruz de la Sierra (Escala Likert 1-6)



Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 3: Valoración de la gestión económica de la RSE por Grupos de empresas industriales de la Ciudad de Santa Cruz de la Sierra (Escala Likert 1-6)

	DIMENSIÓN ECONÓMICA	TOTAL DE EMPRESAS		MEDIA POR GRUPOS				MEDIANA POR GRUPOS			
		MEDIA	MEDIANA	I	II	III	IV	I	II	III	IV
33	Se relaciona la satisfacción de los clientes con los resultados económicos financieros	3,9	4	4,3	3,6	3,7	4,2	4	4	4	4
34	Se cumplen las obligaciones fiscales	3,8	4	4,5	3,8	3,2	3,5	4	4	3	4
35	Medición y evaluación de los indicadores económicos financieros	4,5	4	4,6	4,5	4,3	4,7	5	4	4	5
36	Relación de los indicadores de desempeño social y ambiental con la información	1,4	1	1,4	1,4	1,4	1,2	1	1	1	1
37	Políticas para la disminución de los costos y gastos	4,3	4	4,4	4,2	4,5	4,4	4	4	4	4
38	Se controla el gasto de las fuentes de energía	4,4	4	4,5	4,5	4,3	4,3	5	5	4	4
39	Se controla el gasto monetario en agua.	4,2	4	3,9	4,2	4,3	4,9	4	4	4	5
40	Se incluyen en los presupuestos el financiamiento de proyectos con las comunidades que promuevan las tradiciones, cultura y valores sociales	1,8	2	2,3	1,7	1,2	1,8	2	2	1	2
41	Preocupación sistemática por la calidad de los productos, servicios y procesos	4,4	4	4,6	4,3	4,4	4,3	5	4	4	4
42	Acciones para la fidelización de los clientes	4,4	4	4,7	4,3	4,2	4,5	5	4	4	4
43	Gestión de proveedores y la calidad y precios de los productos.	3,5	3	3,6	3,3	3,6	3,7	4	3	3	4
44	Relaciones estables con las instituciones financieras	5,1	5	5,3	5,4	4,8	4,6	5	5	5	5
45	Administración integral de riesgos	1,5	1	1,7	1,4	1,3	1,4	1	1	1	1

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados de este primer estudio ponen al descubierto dos insuficiencias principales en las empresas industriales de la Ciudad de Santa Cruz de la Sierra:

Primero, las políticas y la gestión de las empresas no están orientadas hacia la Responsabilidad Social. Las acciones de RSE que realizan son débiles y no responden a estrategias diseñadas con ese propósito.

Segundo, la gestión económica sobresale por encima de la social y ambiental, desconociéndose que el desarrollo sostenible de las empresas depende de la correcta armonía de las tres dimensiones.

Resultados del análisis de contenidos

La aplicación del método de análisis de contenido evidenció que la información que menos se emite y publica por las empresas es aquella vinculada a la dimensión social de la RSE, seguida por la dimensión ambiental. La información que más se divulga por las redes públicas es la dimensión económica de la RSE.

En la dimensión social de la RSE más de la mitad de las empresas estudiadas informan sobre la calidad de los productos y servicios que ofrecen; la misión y visión de la empresa; los mercados y principales segmentos de clientes que poseen; y de

Tabla N° 4: Por ciento de empresas industriales de la Ciudad de Santa Cruz de la Sierra que informan públicamente sobre la gestión social de la RSE

DIMENSIÓN SOCIAL	Por ciento de empresas que informan
Calidad de los productos y procesos	95%
Estrategias, Misión, Visión	86%
Mercados y clientes	76%
Respeto de las leyes	62%
Apoyo a la comunidad	45%
Capacitación y educación	44%
Salud y seguridad en el trabajo	35%
Equidad y respeto a los derechos humanos	27%
Desempeño y remuneración del personal	23%
Innovación y nuevos productos	18%
Proveedores	17%
Gestión y gobierno	17%
Clima organizacional	14%
Alianza con competidores	9%

Fuente: Elaboración propia.

alguna forma comunican su apego a las leyes y normativas (ver Tabla 4).

Sin embargo, son muy poco divulgadas la mayoría de las informaciones sobre la gestión social de la RSE, entre ellas las menos publicitadas son las siguientes:

- equidad y respeto a los derechos humanos;
- desempeño y remuneración del personal;
- innovación y nuevos productos;
- proveedores;
- gestión y gobierno;
- clima organizacional;
- alianza con competidores.

En la dimensión ambiental de la RSE la información más común es la relativa al control de derrames y residuos tóxicos. Y se trata apenas por un poco más del 50% de las empresas (ver Tabla 5). Las informaciones sobre la gestión ambiental son muy exiguas. Los mensajes menos habituales se relacionan con la siguiente información:

- gestión de riesgos ambientales;
- utilización de productos no contaminantes;
- ahorro del agua;
- certificación ambiental;
- manejo óptimo del consumo de energía;
- cumplimiento de la legislación ambiental;
- control del ruido y la luz;

Tabla N° 5: Por ciento de empresas industriales de la Ciudad de Santa Cruz de la Sierra que informan públicamente sobre la gestión ambiental de la RSE

DIMENSIÓN AMBIENTAL	Por ciento de empresas que informan
Control de derrames	62%
Residuos	56%
Control de la contaminación	48%
Gestión de riesgos ambientales	36%
Utilización de productos no contaminantes.	32%
Ahorro del agua	26%
Certificación ambiental.	24%
Manejo óptimo del consumo de energía.	21%
Cumplimiento de la legislación ambiental.	17%
Control del ruido y la luz	14%
Educación ambiental	12%
Prevención de accidentes que afectan la comunidad	11%
Inversiones en temas ambientales	9%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla Nº 6: Porcentaje de empresas industriales de la Ciudad de Santa Cruz de la Sierra que informan públicamente sobre la gestión económica de la RSE

DIMENSIÓN ECONÓMICA	Porcentaje de empresas que informan
Indicadores económicos financieros	100%
Relaciones estables con las instituciones financieras	95%
Estados financieros	89%
Penetración del mercado	82%
Ganancias y rentabilidad	77%
Venta, costos y gastos	65%
Acciones para la fidelización de los clientes	55%
Administración integral de riesgos	14%

Fuente: Elaboración propia.

- educación ambiental;
- prevención de accidentes que afectan la comunidad;
- inversiones en temas ambientales.

A diferencia de las dos dimensiones anteriores la gestión económica de la RSE tiene una mayor comunicación (ver Tabla 6). Se puede observar que el 100% de las empresas hacen alguna divulgación de sus indicadores económicos financieros; el 95% alude a sus relaciones estables con las instituciones financieras; y el 89% informa de forma total o parcial sobre sus Estados financieros. La mayoría de las empresas informa sobre la penetración del mercado; y los niveles de ganancias o rentabilidad obtenidos.

La información menos difundida son las ventas, costos y gastos; la fidelización de clientes; y muy pocas empresas sobre la administración integral de riesgos.

Los resultados de este segundo estudio ponen al descubierto que las empresas industriales de la ciudad de Santa Cruz de la Sierra no ofrecen información suficiente sobre la gestión de su Responsabilidad social empresarial, lo que representa una barrera para su desarrollo sostenible en tanto limita la información que necesitan sus grupos de interés, internos y externos, para apoyar el éxito de la organización.

La contrastación de los resultados de ambas etapas de la investigación apunta hacia una generalidad: las dimensiones social y ambiental de la RSE aún son insuficientemente gestionadas en las empresas industriales de la Ciudad de Santa Cruz de la Sierra. Quiere decir que en la mayoría de esas organizaciones aún prima el modelo de negocio orientado a la maximización de los resultados económicos financieros y se presta poca atención a los impactos sociales y ambientales de su actividad, lo que es contrario a las tendencias internacionales y de no revertirse esta situación puede frenar el desarrollo sostenible de las empresas.

CONCLUSIONES

El estudio de la gestión de la RSE a través de cuestionario aplicado mediante encuestas a directivos empresariales de 86 empresas, muestra representativa del universo de 104 empresas registradas en la Cámara de Comercio, evidencia que la gestión de la RSE es insuficiente, siendo precarias en las dimensiones social y ambiental.

El estudio realizado sobre el nivel de información de la RSE por parte de las empresas, mediante la utilización del método de análisis de contenido en 66 empresas, lo que representa una muestra representativa del universo, muestra que la comunicación de la gestión de la RSE es muy débil, siendo mucho menor en las dimensiones social y ambiental.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albors, M. y Paricio, P. (2016). La comunicación de la prevención de salud en los programas de responsabilidad social corporativa de empresas farmacéuticas implantadas en España. El caso de Novartis, Roche, Sanofi, Grifols. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 6(11), 47-72.

Altamirano, A., Rendón, A. y Sánchez, A. (2015). Responsabilidad social corporativa: el caso de Mutualista Pichincha. *Revista Ciencias Estratégicas*, 23(33), 31-40.

Antelo, Y. y Robaina, D. (2015). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria. *Ingeniería Industrial*, 36(1), 58-69.

Ayuso, S. (2018). La medición del impacto social en el ámbito empresarial (Documento de Trabajo nº 26). Escola Superior de Comerç Internacional, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona. <http://mango.esci.upf.edu/DOCS/Documents-de-treball/26-Medicion-del-impacto-social.pdf>

- Carnevale C., Mazzuca, M. y Venturini, S. (2012). Corporate social reporting in European banks: the effects on a firm's market value. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 19(3), 159-177.
- Caro Méndez, C. G. y Ojeda Hidalgo, J. F. (2019). Responsabilidad social y clima organizacional en la Universidad Autónoma de Nayarit. *Revista Proyecciones*, (13), 13-28. <https://revistas.unlp.edu.ar/proyecciones/article/view/9316/8296>
- Chumaceiro Hernández, A., Hernández de Velasco, J., Yori Conill, L. y Ziritt, G. (2013). Responsabilidad social empresarial y políticas públicas. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 19(2), 309- 321.
- Cifuentes, J. (2012). El nuevo, equilibrado y beneficioso desafío de la responsabilidad social empresarial. *Revista GPT Gestión de las Personas y Tecnología*, 13, 1-4.
- Comisión Europea (2001). Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Editorial Comisión Europea.
- Díaz, N. (2013). Responsabilidad social empresarial como expresión de avance del conocimiento del hombre desde la cultura organizacional. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 9(16), 121-131.
- Fernández, M. y Cuadrado, R. (2011). La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero: Revisión de la literatura científica. *Cuadernos de Turismo*, (28), 47-57.
- Gálvez, A., Borrás, F. y Torres, J. (2020). La gestión de los intangibles en las instituciones bancarias: lecciones internacionales y propuestas para Cuba. En F. Borrás (Coord.), *La banca comercial cubana: propuestas de desarrollo* (pp. 397-418). Editorial Félix Varela.
- García Cossío, L. y Pérez Ruiz, A. (2014). Responsabilidad social empresarial, estrategia y ventaja competitiva en el sector bancario español. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, (21), 64-81.
- González, A. y Robaina, D. (2014). Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial basado en un modelo de Lógica Difusa Compensatoria. *Revista de Ingeniería Industrial*, 36(1), 58-69.
- Herrera, J., Larrán, M., Lechuga, M. y Martínez, D. (2013). Determinantes de la publicación de memorias de RS en las pequeñas y medianas empresas. *Revista Prisma social*, (10), 271-302.
- Larrán, M. y Andrades, F. (2015). Análisis de la responsabilidad social universitaria desde diferentes enfoques teóricos. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 6(15), 91-107.
- Mariño, J. (2015). La responsabilidad social corporativa (RSC) en el sector hotelero: propuesta de una medida del desempeño a través de variables de marketing Tesis de doctorado, Universidad de Extremadura].
- Orjuela, S. (2011). La Comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. *Correspondencias y Análisis*, (1), 137-156.
- Pahlen Acuña, R. J. M. y Campo, A. M. (2019). Accesibilidad y transparencia en la información pública gubernamental. *Revista Proyecciones*, (13), 1-12. <https://revistas.unlp.edu.ar/proyecciones/article/view/9314/8294>
- Peña, D., Guevara, A. y Fraiz, J. (2016). La investigación de la responsabilidad social empresarial en el sector hotelero. Análisis y revisión de la literatura científica. *Turismo y Sociedad*, (18), 137-158.
- Piñeiro, J. y Romero, N. (2011). Responsabilidad Social Empresarial y Resiliencia. *Revista Galega de Economía*, 20(2), 1-34.
- Revollo, C. y Borrás, F. (2019). Acercamiento epistemológico al estudio de la Responsabilidad Social Empresarial. *Cofin Habana Revista Cubana de Ciencias Contables y Financieras*, 14(2), 1-8.
- Sheldon, P. y Park, S. (2011). An exploratory study of corporate social responsibility in the U.S.travel industry. *Journal of Travel Research*, 50(4), 392-407.
- Tello, C. y Rodríguez, M. (2014). Categorías conceptuales para el estudio de la responsabilidad social organizacional. *Revista Hallazgos*, 11(22), 119-135.
- Vélez, A. (2011). Un recorrido hacia la Responsabilidad social corporativa. *Revista Ciencias Estratégicas*, 19(25), 55-74.
- Vidal, A., Ramos, J. y Asuaga, C. (2019). Análisis comparativo de los reportes de sostenibilidad de las empresas públicas uruguayas. *Revista Proyecciones*, (13), 29-41. <https://revistas.unlp.edu.ar/proyecciones/article/view/9318/8298>

Anexo 1 Cuestionario sobre la gestión de la Responsabilidad Social en empresas industriales de la Ciudad de Santa Cruz de la Sierra

La presente encuesta tiene como objetivo valorar la gestión de la responsabilidad social que realizan en la actualidad las empresas industriales de la Ciudad de Santa Cruz de la Sierra.

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Nombre de la Empresa: _____

Rubro a que se dedica: _____

Cantidad de empleados: Menos de 100 _____ Más de 100 a 250 _____ Más de 250 _____

En la escala Likert: el valor 1 es el mínimo y el 6 el valor máximo. La escala puede interpretarse de la siguiente forma:

1	2	3	4	5	6
Nunca	Muy poco	Poco	A veces	Casi siempre	Siempre

No	VARIABLES	1	2	3	4	5	6
DIMENSIÓN SOCIAL							
1.	Se cumplen las leyes y regulaciones establecidas en materia social, medioambiental y laboral						
2.	Se promueven los principios y valores humanos entre el personal: respeto a los derechos de los trabajadores.						
3.	Se promueve la educación y el respeto a las diferencias sociales, raciales y religiosas.						
4.	Se respetan los derechos y empoderamiento de la mujer.						
5.	Las decisiones se registran y comunican a todos los niveles de la organización.						
6.	La información sobre el impacto de las decisiones y actividades en el medio ambiente y la sociedad son informadas.						
7.	Se utilizan mecanismos para comunicar los errores y fallas de la gerencia y el personal con el fin de prevenir la repetición de esos hechos						
8.	La gestión se basa en un diseño estratégico formal que incluye misión, visión, políticas y objetivos estratégicos.						
9.	La misión y la visión de la empresa incluyen el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial.						
10.	Se diseñan y utilizan políticas para evaluar e identificar los impactos económicos, sociales y ambientales.						
11.	Los objetivos estratégicos incluyen metas sociales y ambientales.						
12.	Se trabaja con un sistema de estimulación a los empleados asociado al desempeño social y ambiental de la organización.						
13.	Se garantiza la salud y la seguridad de los trabajadores, de acuerdo con lo establecido.						
14.	Se promueven, reconocen y estimulan acciones de innovación, capacitación y formación para los trabajadores.						
15.	Se realizan acciones para informar y educar a los clientes sobre el impacto de sus acciones y se toman las medidas para reducirlos.						
16.	Se realizan acciones que fomentan la generación de relaciones positivas con la comunidad.						
17.	Se establecen proyectos con las comunidades que promuevan las tradiciones, cultura y valores sociales.						
18.	Se realizan acciones para informar y educar a los consumidores sobre el impacto del consumo inadecuado de los productos o servicios que brinda la empresa y las medidas para reducir sus efectos negativos.						
19.	Se ejecutan acciones que fomentan las relaciones colaborativas y transparentes con las instituciones de gobierno.						
DIMENSIÓN AMBIENTAL							
20.	Se ejecutan acciones para el manejo óptimo y reducción del consumo de energía.						

21.	Se ejecutan acciones para el ahorro del agua.						
22.	Se ejecutan acciones para el manejo y la reducción de residuos y vertimientos.						
23.	Se utilizan mecanismos que aseguran el cumplimiento de la legislación ambiental.						
24.	Se ejecutan inversiones en temas ambientales.						
25.	Se utilizan mecanismos de prevención y minimización de impactos por ruido, olor, luz, vibraciones y contaminación del suelo.						
26.	Se ejecutan acciones para identificar, prevenir riesgos ambientales y controlar accidentes relacionados.						
27.	Se da preferencia al uso de productos y servicios de proveedores que demuestran compromiso con el medio ambiente.						
28.	Cuentan con una certificación ambiental.						
29.	Se utilizan productos no contaminantes.						
30.	Se promueven programas de educación ambiental a los trabajadores.						
31.	Se informa a los clientes sobre el cuidado del medio ambiente						
32.	Se elaboran planes de contingencia para evitar accidentes ambientales que afecten a la comunidad.						
DIMENSIÓN ECONOMICA							
33.	Se relaciona la satisfacción de los clientes con los resultados económicos financieros.						
34.	Se cumplen las obligaciones fiscales: pagos de impuestos y otros tributos en tiempo y cuantías establecidas.						
35.	Se utilizan mecanismos para medir y evaluar la rentabilidad, la liquidez, la productividad y otros indicadores económicos financieros de la empresa						
36.	Se relacionan los indicadores de desempeño social y ambiental con la información contable.						
37.	Se aplican políticas para la disminución de los costos y gastos relacionados con el producto o servicio.						
38.	Se controla el gasto de los indicadores en electricidad, combustible y otras fuentes de energía						
39.	Se controla el gasto monetario en agua.						
40.	Se incluyen en los presupuestos el financiamiento de proyectos con las comunidades que promuevan las tradiciones, cultura y valores sociales.						
41.	Existe una preocupación sistemática por la calidad de los productos, servicios y procesos.						
42.	Se realizan acciones para la fidelización de los clientes						
43.	Se reúnen de manera periódica con los proveedores y se analizan la calidad y precios de los productos.						
44.	Se trabaja por mantener relaciones estables y beneficiosas con las instituciones bancarias y financieras						
45.	Existe una administración integral de riesgos: se identifican, miden los riesgos y se toman medidas para su reducción.						