Globethics Repository



Situación de la Responsabilidad Social Empresarial en Paraguay [Status of Corporate Social Responsibility in Paraguay]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see https://www.globethics.net. Data and content policy of Globethics Repository see https://repository.globethics.net/pages/policy.

Item Type	Article
Authors	Responsabilidad Social Empresarial
Publisher	Naciones Unidas
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-11-09 14:50:34
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/202428

SITUACION DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN PARAGUAY

Percepción de empresarios y empresarias

Realizado Por Responsabilidad Social Empresarial

http://www.rse.org.py/

Publicado en Revista Futuros No 6. 2004 Vol. II
http://www.revistafuturos.info

RESUMEN

En el marco de un acuerdo entre Recursos para el Desarrollo, CIRD y la Asociación de Empresarios Cristianos, ADEC se decidió llevar a cabo un estudio exploratorio, basado en grupos focales, para conocer la situación actual de las percepciones, actitudes y prácticas de las empresas y empresarios del Paraguay en materia de Responsabilidad Social de la Empresa (RSE).

El objetivo del estudio apunta a sustentar un programa de RSE bien enfocado.

Para ello se realizó una convocatoria a empresarios de diversos segmentos de la actividad empresarial, que participaron de una jornada en el local de ADEC en fecha 9 de junio de 2003, del cual participaron 35 empresarios. Los mismos fueron distribuidos en 4 grupos de afinidad, de acuerdo al tamaño de la empresa y a sus respectivos antecedentes en materia de RSE, para los efectos de la realización de los grupos focales.

En este trabajo se analizan los resultados de dicha consulta y se presentan los textos de los grupos focales.

Principales resultados

Percepciones de los empresarios sobre RSE

La exploración dio como resultado que las empresas consultadas presentan el siguiente panorama en materia de ideas y conceptos acerca de la RSE:

- Poseen predominantemente una visión positiva acerca de la RSE.
- Sus ideas corresponden generalmente a una visión parcial o fraccionaria de la RSE, salvo un segmento claramente diferenciado integrado por los directivos y miembros de la ADEC.

- En virtud de dichas visiones, se advirtió en el sondeo una importante heterogeneidad de expresiones y alcances de las ideas sobre RSE.

- La mayoría expresa ideas acotadas a temas específicos relacionados con la RSE, producto de un conocimiento preferentemente empírico respecto a la materia, o derivado de influencias externas basadas en el ejemplo. Algunos empresarios, especialmente los de ADEC, poseen visiones integrales y sistémicas.

- Por consiguiente, en la mayor parte de los empresarios a los que se dirige el programa se advierte la ausencia de ideas propias sobre RSE, basadas en una reflexión interna acerca de la realidad empresarial y social paraguayas, a partir de un concepto integral y sistémico de la RSE.

- Ejes o componentes fundamentales de la necesaria reflexión hacen referencia a lo que Drucker identifica como las dos fuentes que justifican las acciones de RSE, que son: neutralización de las influencias no deseadas de la actividad empresarial y atención a los problemas sociales, a lo que debe agregarse las expectativas de desarrollo social y humano de la comunidad. Esta indagatoria permitió identificar casos ejemplares basados en una visión integral de RSE que pueden servir como referencia de cómo se encara el tema en Paraguay (Ver acápite sobre prácticas de RSE).

- Los conceptos mencionados se concretan en la construcción apropiada de las visiones de las empresas y de la misión de las mismas, de cara a la naturaleza o medio ambiente afectado por la actividad empresarial, a las comunidades interna y externa (calidad de vida del personal y de los clientes intermedios y finales y de proveedores), a las relaciones sociales afectadas y a los problemas de calidad de vida o de convivencia comunitaria del entorno social y económico donde se inserta la empresa.

- Dichos aspectos deben estar precedidos por la fortaleza empresarial (eficiencia, productividad, competitividad, rendimiento económico) y por las relaciones con el Estado, que son los mandatos imperativos de toda organización.

Análisis de las actitudes

Hubo en la exposición de conceptos una interferencia de algunos temas que preocupan a los empresarios al tratar el tema RSE

RSE y publicidad

Con respecto a publicidad, en la consulta no se percibió a la RSE como un recurso adecuado para construir una imagen empresarial socialmente responsable, por algunos preconceptos de diverso carácter, tales como:

a) Valores y creencias religiosas relacionadas con las acciones de caridad, las que no deben ser objeto de ostentación para no desnaturalizarlas;
b) Mecanismo de defensa frente a las demandas excesivas de parte de organismos públicos y privados de beneficencia y auxilio social y
c) Falta de tradición local para definir políticas publicitarias basadas en la RSE. Emprendimientos muy valiosos en materia de RSE no se proyectan en mensajes publicitarios que asocien la actividad empresarial con valores o con un modelo de gestión empresarial socialmente responsable.

El tema publicitario es, pues, un recurso insuficientemente aprovechado desde el punto de vista de RSE, y en esa medida no se constituye en un incentivo para que cada vez más empresas realicen acciones de RSE como una oportunidad para mejorar su posicionamiento publicitario.

RSE y certificación

Respecto a la certificación de empresa con RSE, este aspecto constituye un criterio de calidad y un factor de competitividad. En tal sentido puede ser un estímulo muy importante para empresas de cualquier tamaño si se llega a implementar localmente.

Este instrumento sin embargo no debe constituirse en una condición necesaria para participar en programas de RSE que son inherentes a la actividad empresarial moderna, pero puede constituir un interesante incentivo para motivar la participación de las empresas, debido a las expectativas expresadas por los empresarios respecto a la necesidad de impulsar el tema a través de reconocimientos e incentivos.

RSE y balance social

Muchos entrevistados plantearon sus expectativas respecto a la implementación del balance social en nuestro medio.

El concepto involucra un régimen tributario que permite descontar los gastos de RSE de diversos tipos de obligaciones impositivas especificados en la ley, pero no están contemplados en la legislación paraguaya.

Lo que no se puede estimular de ninguna manera es que las acciones de RSE estén supeditadas a una modificación del régimen tributario nacional, puesto

que su ejercicio es inherente a la actividad empresarial, independientemente de factores externos a ella.

El sondeo permitió detectar la presencia en algunos segmentos del empresariado de actitudes donde se espera que se produzca una modificación del régimen legal para emprender o participar de acciones de RSE. Esto obliga a pensar en estrategias idóneas para contrarrestar este tipo de actitudes. Además encierran el riesgo de la instrumentación de la RSE.

RSE e involucramiento

En términos generales, se advierte una fuerte propensión al involucramiento personal y directo en las actividades de RSE.

La tendencia al involucramiento directo correspondería, antes que a una orientación inherente a la RSE, a un esquema de trabajo impulsado por la ADEC, donde se busca establecer alianzas entre empresas y ONGs.

El necesario involucramiento de la empresa se produce al incorporar en su visión y misión la dimensión de RSE, a partir de un diagnóstico de las influencias no deseadas y de los problemas sociales envolventes. De ello se desprenderá un plan de acción propia en la materia y un estilo de gestión empresarial con responsabilidad social.

Un involucramiento que distraiga los recursos de dirección y gestión empresarial de su cometido esencial puede ser a la larga pernicioso, aunque no lo será si está orientado a la cooperación con organismos especializados que complementen el esfuerzo empresarial y permita la construcción compartida de una capacidad de incidencia en las políticas sociales a partir de la experiencia desarrollada con la contribución empresarial.

Actitudes hacia las ONGs

Si bien persisten las actitudes negativas hacia las organizaciones privadas de apoyo y promoción social, esa situación se debe a que entre ambos sectores (empresas y ONGs) no existe en la actualidad una adecuada comunicación ni conocimiento mutuos.

Las ONGs no saben lo que es RSE y las empresas conocen muy poco a las ONGs del Paraguay. Ambos son actores de la sociedad civil y están interesados en el bienestar de la comunidad, por lo cual deben complementar sus acciones. El acercamiento entre estos sectores es una de las áreas hacia donde se puede encaminar el trabajo de difusión de las prácticas de RSE y del necesario fortalecimiento de la sociedad civil en el Paraguay.

Además existen varias capacidades, especialmente en los aspectos de eficiencia y buena gestión, que las empresas pueden transmitir a las ONGs, y éstas a las empresas el enfoque de interés social y, en algunos casos, soporte para la imagen publicitaria. Este encuentro resulta estratégicamente beneficioso para ambos, pero no se concreta por discrepancias en las percepciones recíprocas, las que sólo se pueden corregir con la experiencia de trabajo conjunto, como lo han demostrado los propios participantes del sondeo.

Prácticas de las empresas en materia de RSE

En relación a las prácticas, se pudo reconocer una gran variedad y diversidad de acciones de RSE focalizadas en tres áreas preferentes: a) relaciones con el personal y su familia, b) actividades de filantropía y c) desarrollo de la comunidad.

Las más generalizadas son las prácticas orientadas al personal y sus familias.

Las prácticas se canalizan preferentemente a través de donaciones y medidas de apoyo en los casos de apoyo al personal, de las acciones de filantropía y desarrollo de la comunidad y a través de auspicios en el caso de apoyo a actividades de fortalecimiento de la comunidad encaradas por terceros.

En la mayor parte de los casos las acciones de apoyo al personal y su familia y las de filantropía son rutinarias, es decir, se realizan en forma periódica y estable; en cambio, las actividades de desarrollo de la comunidad son respuestas a necesidades externas planteadas, en torno a las cuales se establecen algunos programas de apoyo que generan procesos. Entre los casos como éstos se encuentran: apoyo a determinadas comunidades locales (FRAM), a determinadas instituciones (escuelitas que son apoyadas por años, salas de hospital apoyados en forma estable, apoyo a determinadas ONGs) y el impulso de formas institucionales (DEQUENI, ASCIM, Fundación en Alianza).

En los casos más frecuentes, la acción se origina a partir de una demanda proveniente del contexto externo de la empresa, salvo en las empresas con una alta conciencia de RSE, como las que integran ADEC.

Sólo unos pocos casos corresponden a prácticas sistémicas e integrales de RSE y corresponden a visiones más completas relacionadas con el concepto. De estas experiencias ejemplares se recogieron 5 casos para exponerlos como dignos de imitarse por las demás empresas.

Algunas recomendaciones

De lo expuesto, emergen como tareas necesarias

a) Trabajar el concepto de la RSE con la mayor parte de las empresas del país, basándose en una estrategia que promueva la reflexión para la construcción de una visión integral propia por parte del empresario.

b) El trabajo de promoción tema por tema en apariencia no es del todo conveniente, pues tiende a reforzar una visión fragmentaria de la RSE. Sin embargo, es necesario probar metodologías que apunten a una visión integral y una de las vías es partir de un tema que interesa a todos para luego propiciar la visión global.

c) Es necesario rescatar y divulgar en este proceso los casos sobresalientes de RSE identificados en este informe, de manera que sirvan como ejemplos de referencia para los demás empresarios.

d) El proceso de instalación de una visión integral implica llevar el debate a las empresas, en el ámbito de actuación de las mismas y no tratar de atraerlas desde un espacio percibido como externo a sus intereses, lo que puede tener como implicancia la percepción de que el tema de RSE esta fuera de su ámbito. En ese sentido, se puede considerar la posibilidad de insertar dicha actividad en la agenda de las cámaras empresariales, con la asistencia técnica de la ADEC.

e) Es necesario incluir en este proceso, el debate sobre la compleja problemática social que afecta al país, de la cual no puede estar ausente el sector empresarial.

   Aparece como conveniente establecer un puente entre las empresas, las ONGs y el gobierno en materia de políticas sociales. En este sentido se debe considerar las capacidades instaladas tanto en el Estado como en la sociedad civil organizada a través de sus organismos existentes, como la SAS y POJOAJU, entre otros. El imperativo expresado por uno de los participantes del sondeo aparece como una meta importante: establecer los puentes entre la sociedad civil y el Estado.

f) Hay muchas empresas publicitarias y anunciantes en el ámbito de la ADEC y de otros organismos portadores del interés del sector empresarial hacia el desarrollo humano y social del país. Debería impulsarse con ellas una iniciativa para diseñar una estrategia publicitaria capaz de vincular las actividades de RSE con el posicionamiento de una nueva imagen empresarial. Esta iniciativa puede constituir un fuerte estímulo para que varias empresas estén dispuestas a invertir en RSE.

g) En caso de implementarse una certificadora, debería tener una visión integral de la RSE y aplicar herramientas de verificación muy

confiables para ayudar a desarrollar correctamente ese aspecto de la actividad empresarial.

h) Las acciones previstas por la ADEC para realizar una evaluación de RSE en las empresas a través de un cuestionario ya elaborado, pueden suplir satisfactoriamente la falta de una entidad certificadora, y pueden constituir la base para desarrollar dicho servicio en el futuro.

i) Asimismo, los premios anuales otorgados por ADEC a las empresas deberían encararse cada vez con mayor énfasis como un reconocimiento explícito a las empresas con prácticas destacadas de RSE.

j) Todo lo que implica modificación de la normativa debe plantearse como una posibilidad a mediano o largo plazos, sobre todo aquello que se refiera a leyes tributarias, en un momento donde el tema encierra una fuerte sensibilidad social, habida cuenta de las altas tasas de evasión impositiva imperantes en el país.

k) En materia de involucramiento, aparece necesario encarar una discusión en este aspecto donde debería enfatizarse la aplicación de la asistencia técnica y de la experiencia acumulada en la ADEC, tanto por ella como entidad impulsora, como por sus asociados como precursores de las actividades de RSE en Paraguay y como portadores de buenas prácticas en la materia.

l) Surge, como una necesidad actual la de instalar una plataforma común de entendimiento entre empresas y ONGs basada en la delimitación de prioridades comunes de cooperación y complementación, para el fortalecimiento de la sociedad civil paraguaya. La idea de la ADEC de establecer alianzas vis a vis entre empresas y ONGs concretas es un avance importante en ese sentido, pero debe estar referido a un objetivo de mayor alcance como el señalado previamente.

m) La difusión de las ideas y prácticas de RSE entre las ONGs de diversas especialidades es otra iniciativa que puede encararse en el marco de este programa y que puede producir cambios importantes en la relación entre ambos sectores. Esta actividad puede realizarse incluso con aquellas instituciones con orientaciones radicalmente críticas al sector empresarial, de manera a proyectar un espíritu de amplitud y apertura capaz de desmantelar los prejuicios recíprocos.

n) Un capítulo importantísimo en materia de difusión de RSE es la divulgación de las buenas prácticas, como las escogidas en el marco de este estudio.

Para más información ir a: http://www.rse.org.py