



Artículo de investigación Cód. PPID/E007. Proyecto “Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en las empresas argentinas. Efectos positivos de su implementación” ❖ Universidad Nacional de La Plata.
Recibido 10-01-2017. ❖ Aprobado versión final: 14-01-2018. ❖ JEL: M14, M10 ❖ Pp. 119-134

Prácticas de RSE y creación de valor. Percepciones de los empresarios del Gran La Plata en torno a su relación.

CSR practices and creation of value.

Perception of the entrepreneurs of the Gran La Plata about its relation.

Estefanía Solari

ARGENTINA

Resumen: El siguiente trabajo recogió la opinión de 28 empresarios del Gran La Plata que aplican Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en sus empresas, con el fin de indagar los siguientes aspectos: cuáles son las prácticas de RSE implementadas por las empresas, en qué medida impacta en los componentes y atributos de la creación de valor, y analizar si existe relación entre los efectos positivos de la RSE y ciertas características de las empresas. El instrumento de relevamiento o recolección fundamental fue un cuestionario y se concretaron también algunas entrevistas. En cuanto a la metodología se realizaron tablas de frecuencia, test de medias y pruebas Chi-cuadrado de Pearson. Fundamentalmente, la investigación dejó de manifiesto que los empresarios valoran el aporte de las prácticas de RSE a la buena imagen, así como para la posición competitiva, capacidad innovadora de la empresa y la generación de oportunidades de crecimiento.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial; creación de valor; sector y experiencia en el sector.

Abstract: The following paper relayed the opinion of 28 Gran La Plata entrepreneurs applying Corporate Social Responsibility (CSR) in their companies, in order to investigate: what are the CSR practices implemented by companies, to what extent do they impact the components of the creation of value, in the attributes of value creation, and finally analyze if there is a relationship between the positive effects of CSR and certain characteristics of companies. The fundamental survey instrument was a questionnaire and also some interviews. Regarding the methodology, frequency tables, test of means and tests Chi-square of Pearson were realized. The research made clear that entrepreneurs value the contribution of CSR practices to good image, as well as to the competitive position, innovative capacity of the company and the generation of growth opportunities.

Keywords: corporate social responsibility; creation of value; sector and experience in the sector.



**UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA**

Estefanía Solari es Contadora Pública, Licenciada en Administración y Magíster en Dirección de Empresas de la Universidad Nacional de La Plata. Actualmente es Doctoranda en Ciencias de la Administración de la Universidad Nacional de La Plata, docente investigadora en grado y posgrado y Diplomada con funciones en la Secretaría de Planificación y Control Institucional y en el Instituto de Investigaciones Administrativas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Contacto: estefania.solari@econo.unlp.edu.ar



Práticas de RSC e criação de valor.

Percepção dos empresários do Grande La Plata sobre seu relacionamento.

Resumo: O presente trabalho relata a opinião de 28 empreendedores da Gran La Plata que aplicam a Responsabilidade Social Corporativa (RSE) em suas empresas, para investigar: quais são as práticas de RSC implementadas pelas empresas, em que medida impactam os componentes da criação de valor, nos atributos de criação de valor e, finalmente, analisar se existe uma relação entre os efeitos positivos da RSC e certas características das empresas. O instrumento de pesquisa fundamental foi um questionário e também algumas entrevistas. Quanto à metodologia, foram realizadas tabelas de frequência, teste de médias e testes Qui-quadrado de Pearson. A pesquisa deixou claro que os empreendedores valorizam a contribuição das práticas de RSC à boa imagem, bem como à posição competitiva, à capacidade inovadora da empresa e à geração de oportunidades de crescimento.

Palavras-chave: responsabilidade social corporativa; criação de valor; o sector da indústria e experiencia.

Consideraciones teóricas

En los últimos años han surgido diversas investigaciones sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE), abordando las actuaciones, argumentando sobre su necesidad o describiendo los modos de entender la RSE. Como resultado se han propuesto distintas definiciones o descripciones. En algunas ocasiones, las mismas resultan ser nociones bastante vagas con muy pocos fundamentos conceptuales, pero en otras existen algunas propuestas en las que subyace una visión consistente de la empresa y de la sociedad (Carné, 2007).

De esta manera, en este trabajo se considera que la RSE no debe limitarse a una simple operación de marketing como si la misma fuera una moda; en lugar de esto, las empresas deben integrar a su estrategia los principios de la RSE y, como se mencionó anteriormente, contemplar el impacto que sus acciones generan en todos los *stakeholders*: empleados, proveedores, clientes, así como sus repercusiones sobre el medio ambiente y la sociedad (Fernández de Castro Rivera, 2008).

Al momento de definir qué se entiende por Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no hay un consenso generalizado; es así como desde distintos ámbitos se han generado definiciones, todas a ser tenidas en cuenta por sus respectivos impactos. Es por tal razón que brevemente se enunciarán algunos aportes a la definición de RSE efectuados desde las organizaciones de fomento de prácticas de RSE, así como de algunos autores destacados en la temática.



En primer lugar, es de destacar el papel que ocupa el Pacto Global (Naciones Unidas). Es así como:

“El objetivo del Pacto Mundial es promover el diálogo social para la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita conciliar los intereses empresarios con los valores y el mandato de Naciones Unidas demandados por la sociedad civil, los sindicatos y los gobiernos. Estos valores se traducen en principios universales relacionados con la defensa de los derechos humanos, de los estándares laborales, del medio ambiente y de la lucha contra la corrupción. La iniciativa aspira a que las empresas adhieran a ellos voluntariamente y a que, en forma paulatina, los incorporen a la gestión de los negocios, para que penetren en su cultura organizacional y se conviertan en una guía para vincularse con los diferentes grupos de interés.” (Liarde-Vejrup, 2015)

Por otra parte, también es importante mencionar la actuación del Instituto ETHOS, una asociación de empresas, sin fines de lucro, creado con la misión de movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas a gestionar sus negocios de forma socialmente responsable. El mismo sostiene:

La responsabilidad social Empresarial es la forma de gestión definida a partir de la relación ética y transparente de la empresa con todos los grupos con los cuales ella está relacionada y por el establecimiento de objetivos empresariales compatibles con el desarrollo social sostenible, conservando recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y fomentando la reducción de las desigualdades sociales. (Citado por Gorrochategui, 2011).

En Argentina, el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE) fue creado a mediados del año 2002 con la misión de *“promover y difundir el concepto y la práctica de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para impulsar el desarrollo sustentable de Argentina, trabajando junto a las empresas a través de redes de información, intercambio de experiencias y colaboración mutua”*.

Partiendo de concebir a la Responsabilidad Social Empresarial como modelo de gestión que contempla los impactos económicos, ambientales, éticos y sociales derivados de la actividad empresarial, el Instituto crea valor para las empresas y la sociedad trabajando junto al mundo de los negocios, genera herramientas de gestión y mecanismos de información e intercambio de experiencias y promueve, además, la colaboración mutua entre las empresas que han decidido hacer de su conducta responsable un valor a partir del cual contribuir a la construcción de una sociedad más justa y sustentable (IARSE, 2014).



Por otra parte, en el ambiente académico muchísimos autores han investigado sobre el tema y dado definición al concepto de RSE. Es así como, si bien hay diversas definiciones sobre RSE, en este trabajo se destaca la manera en que Izquierdo (2004) la define como: *“la libre voluntad de la empresa de aportar el mayor valor posible a sus diferentes grupos de interés”*. Una definición aparentemente simple, pero que comporta no pocas implicaciones:

- Se la considera como un acto voluntario, no una obligación, al margen que la RSE exige (como mínimo) un cumplimiento estricto de la ley, las acciones de RSE deben ir mucho más allá.
- Debe considerarse la RSE como un concepto amplio, contemplando a todos los *stakeholders*, desde una visión integrada.
- A su vez, así como se considera a todos los *stakeholders*, se deben considerar todas las dimensiones (económica, social, medioambiental) de las distintas actividades de la empresa (financiera, comercial, jurídica, laboral, etc.).

Investigaciones más recientes sobre prácticas de RSE y sus efectos en la creación de valor

Respecto a la creación de valor de una empresa, la generación de valor se ve afectada por decisiones de distinta índole, entre ellas se pueden mencionar: las del ambiente político, social y económico, la estructura de mercado, las ventajas competitivas, decisiones tomadas por la empresa con relación a la operatoria, el financiamiento y las inversiones; todas estas decisiones impactan en los generadores de valor, tales como la tasa de variación de ventas, la rentabilidad operativa, la tasa de inversión en activos fijos y en capital corriente, nivel de endeudamiento y tasa de costo de capital, entre otros. Es así como variaciones en los mismos producirán modificaciones en el valor de la empresa.

A continuación, se citan algunas de las principales investigaciones sobre RSE que abordan cómo las mencionadas prácticas tienen efecto (repercuten) en uno o más generadores de valor.

En Weber (2008), en el marco de la *Global Reporting Initiative* (GRI), analizaron una muestra de 100 empresas de 19 países distintos, durante el periodo 2002-2004, utilizando medidas de desempeño contable, como resultados antes de intereses, impuestos y amortizaciones (EBITDA), resultados sobre el activo (ROA) y resultados sobre el patrimonio neto (ROE), aplicando un modelo de regresión lineal múltiple, dejando en evidencia relaciones significativas entre el desempeño de la sostenibilidad y el desempeño financiero.



En relación con este trabajo, Charlo Molina & Moya Clemente (2010) contrastaron la hipótesis de si las empresas incluidas en el FTSE4Good IBEX¹ presentaban un comportamiento diferente al de empresas similares en los índices IBEX y si este efecto podía ser atribuible a la relación de estas empresas con aspectos éticos y socialmente responsables, por cual la muestra debió contemplar empresas que se podían incluir en uno u otro grupo y que eran comparables entre sí. Con el fin de contrastar la hipótesis planteada y verificar si existían diferencias significativas entre los dos grupos de empresas, los autores crearon una variable dicotómica que tomó el valor 0 para las empresas que no formaban parte del FTSE4Good IBEX, y el valor 1 para aquellas que se consideraron socialmente responsables. La metodología utilizada fue el análisis de varianza (ANOVA) de un factor, verificando la hipótesis de la igualdad de las medias de las variables financieras para cada grupo. De esta manera, se comprobó que las acciones de las empresas socialmente responsables obtenían una rentabilidad superior para un mismo riesgo sistemático respecto a las empresas que no reunían estas características, el denominado “alfa ético”, lo que generaría un aliciente para los inversores.

Vázquez y Hernández (2013), también plantearon como hipótesis de su trabajo que las organizaciones que se orientan hacia prácticas de RSE innovan más y logran mayores rendimientos, alcanzando de esta manera mayor éxito competitivo. En la investigación se analizó una muestra de 777 empresas de Extremadura (España). Para cumplir con el objetivo establecido, se relevó una encuesta dirigida a empresarios y se desarrolló un modelo de ecuaciones estructurales basado en la metodología de Partial Least Squares (PLS), con el fin de relacionar los cuatro constructos determinantes: la orientación a la RS, la innovación, el éxito competitivo y el performance. Como resultados, luego de haber aplicado el modelo propuesto, quedó en evidencia la relación positiva entre RSE y la innovación, el éxito competitivo y el performance.

Aplicando la misma metodología que Vázquez y Hernández (2013), González, Manzanares y Gómez (2014) centraron su trabajo en empresas del sector de las energías renovables en España. La población objeto de estudio ascendió a 726. Como resultados de la investigación se evidencia la existencia de una fuerte relación entre la RSE y la reputación corporativa, y entre esta última y los resultados económicos.

En Méjico, Alonso-Almeida, Rodríguez, Cortez y Abreu (2012) también realizaron una investigación en la cual uno de los objetivos fue el de

1 El índice FTSE4Good es una serie de índices de inversión en valores éticos, lanzados en 2001 por FTSE Group.



contribuir a ampliar el conocimiento de los efectos de las prácticas de RSE en las empresas desde un enfoque financiero. La investigación dejó en evidencia efectos positivos en aquellas empresas que cotizan en bolsa y poseen un distintivo de RSE, especialmente en el caso de variables de desempeño financiero de valor de mercado.

Otros autores han demostrado también una relación positiva entre prácticas de RSE y rendimiento financiero (Valenzuela Fernández (2015), Hernández Perlina & Infante Hernández (2015), Poyatos León (2015), Muso Lalaleo (2016), Diente Serna (2016), entre otros).

Rives, L. M., & Bañón, A. R. (2008) analizaron la relación entre prácticas de RSE y éxito competitivo, para lo cual desarrollaron un cuestionario que fue enviado a 500 empresas de la región de Murcia (España), obteniéndose una muestra válida definitiva de 144 respuestas. Mediante un análisis factorial confirmatorio (CFA) demostraron que la RSE como recurso competitivo tiene mayor efecto sobre el éxito competitivo en aquellos sectores con un alto grado de rivalidad, siendo en ese caso cuando es más difícil obtener ventajas.

Analizando también la performance competitiva en pymes, Larrán, Herrera y Martínez (2013), en su trabajo estudiaron la relación entre prácticas de RSE y el rendimiento competitivo. La investigación dejó en evidencia que la incorporación de prácticas relacionadas con la RSE a la gestión organizativa de las pymes contribuye a mejorar los resultados, por lo cual se corrobora la existencia de una relación causal positiva y significativa entre el nivel de prácticas de RSE y el rendimiento competitivo, ya sea a través de una relación causal directa o mediante el impacto que tales prácticas generan en los distintos grupos de interés.

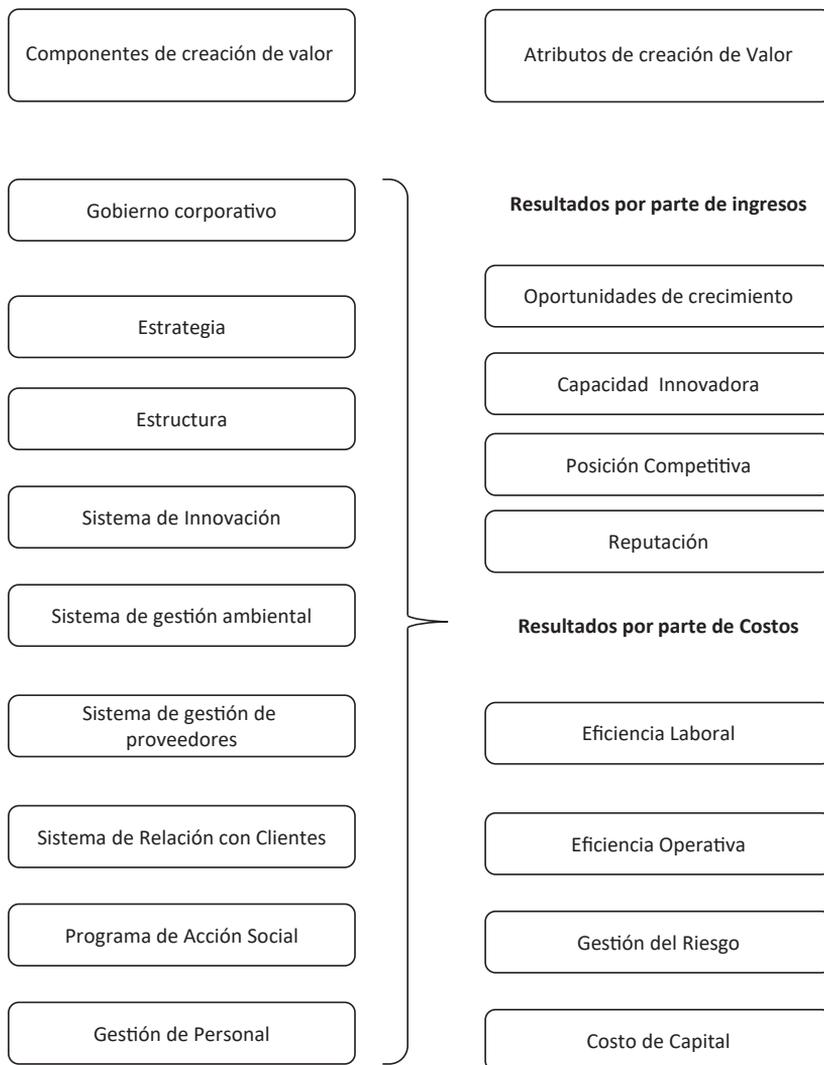
Creación de valor y RSE

Si bien se pueden plantear diversos modelos para analizar la creación de valor ante la aplicación de prácticas de RSE, en este trabajo se utilizó el modelo de creación de valor desarrollado por Olcese, A. (2011), que propone un marco de creación de valor que integre los diversos componentes (orígenes) y atributos (reflejos) de la creación de valor. En la Figura 1 se presenta gráficamente el modelo planteado, donde los componentes de la creación de valor son el conjunto de prácticas operativas y estrategias que la empresa desarrolla en su esfuerzo por mantener y generar relaciones con sus grupos de interés. Por otro lado, los atributos de creación de valor son una síntesis de los principales factores sobre los que influyen las dimensiones de la RSE, y que, a su vez, repercuten en el resultado económico de la actividad empresarial. Cabe mencionar que *“las relaciones entre componentes y atributos son variadas*



y múltiples, por ejemplo: la buena gestión de los recursos humanos genera mayor eficiencia laboral, mejora la capacidad innovadora y mejora de la reputación” (Olcese, 2011: 30).

Figura 1. Marco de creación de valor integral de la RSE.



Fuente: Olcese, A. (2011).

Situación problemática

Si bien el tema sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha sido ampliamente estudiado, no hay investigaciones que se centren en analizar



las prácticas de RSE que están implementando las empresas en la región del Gran La Plata (Buenos Aires, Argentina), y que fundamentalmente indaguen la opinión de los empresarios acerca de si dichas prácticas generan efectos positivos en las empresas, y de ser así cuáles son estos.

De allí que este trabajo buscará responder las siguientes preguntas específicas:

1. ¿Cuáles son las prácticas de RSE implementadas por las empresas?
2. Según la percepción de los empresarios: ¿en qué medida la RSE impacta en los componentes de la creación de valor?
3. Según la percepción de los empresarios: ¿en qué medida la RSE impacta de forma positiva en los atributos de la creación de valor?
4. Analizar si existe relación entre los efectos positivos de la RSE y el sector y años de experiencia de las empresas.

Metodología

Tipo de investigación: el tipo de investigación es mixta, el diseño seleccionado es transversal y descriptivo, debido a que se recolectaron datos en un solo momento y su propósito consistió en describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Población objeto de estudio: la población objeto de estudio fueron empresas que se conocía que llevaban prácticas de RSE por haberse presentado a la convocatoria para el premio a la RSE que otorgan en conjunto el grupo de investigación de Responsabilidad Social Institucional de la Universidad Tecnológica Nacional – Facultad Regional La Plata- y el equipo del Proyecto de Extensión Observatorio de RSE y de la Secretaría de Extensión de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata. Cabe aclarar que en dicha convocatoria se presentan empresas que llevan a cabo prácticas de RSE, siendo evaluada su admisión por este grupo de investigación. Se envió el cuestionario a 40 empresas, obteniéndose 28 respuestas. Cabe aclarar que, si bien los resultados no se pueden generalizar a la totalidad de empresas que llevan a cabo prácticas de RSE en el Gran La Plata, los resultados de la muestra obtenida nos permiten tener un primer acercamiento al objeto de estudio. Por otra parte, para profundizar el análisis se realizaron 3 entrevistas semiestructuradas a empresarios de esta población que habían respondido la encuesta previamente y manifestaron querer ampliar su aporte.

Con respecto al modo de relevamiento de la encuesta, este se llevó a cabo de la siguiente manera: un cuestionario implementado a través de la web.



El cuestionario contempló los siguientes bloques:

1. Características de la empresa: sector, experiencia en el sector, cantidad de empleados.
2. Prácticas de RSE implementadas por las empresas.
3. Percepción de los empresarios sobre: a) en qué medida las dimensiones de RSE impactan de manera positiva en la creación de valor y b) en qué medida la RSE impacta de manera positiva en los atributos de la creación de valor.

Para analizar los resultados se realizaron tablas de frecuencia, test de medias y pruebas Chi-cuadrado de Pearson.

Resultados

Características de las empresas relevadas

Tabla 1. Sector económico.

Sector	Cantidad	Porcentaje
Comercio	10	35.7
Construcción	2	7.1
Industria y Minería	8	28.6
Servicio	8	28.6
Total	28	100.0

Fuente: elaboración propia.

También se ha consultado como factor de clasificación, la antigüedad en el sector económico de la actividad principal de las empresas de la muestra:

Tabla 2. Años de experiencia en el sector.

Años experiencia	Cantidad	Porcentaje
Menos de 6	10	35.7
Entre 6 y 20	8	28.6
Más de 20	10	35.7
Total	28	100.0

Fuente: elaboración propia.

El tamaño de las empresas también se ha considerado como factor determinante en la medición del impacto de las acciones de RSE:

**Tabla 3.** Cantidad de empleados.

Cantidad empleados	Cantidad	Porcentaje
Entre 10 y 50	10	35.7
Entre 51 y 100	6	21.4
Más de 100	8	28.6
Menos de 10	4	14.3
Total	28	100

Fuente: elaboración propia.

Prácticas de RSE implementadas por las empresas

Como se puede observar en la Tabla 4, las prácticas de RSE que más están llevando a cabo las empresas de la región son las relacionadas con los empleados (85,7 %), las enfocadas hacia la comunidad (78,6%) y las que buscan la protección del medio ambiente (64,3 %).

Tabla 4. Aspectos involucrados en prácticas de RSE

Aspectos	Porcentaje
Valores y transparencia en la gestión	57.1
Empleados	85.7
Medio Ambiente	64.3
Proveedores	28.6
Consumidores y Clientes	50
Comunidad	78.6

Fuente: elaboración propia.

De las entrevistas se pudo obtener más información acerca de las prácticas de RSE. Así, podemos destacar algunos comentarios:

“A pesar de que la empresa no tiene una gran estructura de empleados, si es importante que cada cual tenga un poco de claridad respecto al horizonte de su carrera dentro de la empresa...se piensa en un plan de carrera pensando en las aspiraciones, pretensiones y necesidades de la empresa y las de cada persona...” (Empresa industrial)

“La RSE empieza puertas adentro, y eso hay que motivarlo para que luego salga hacia afuera...” (Empresa de servicio)

“Construcción de un producto que va en pos del ahorro energético y del cuidado del medio ambiente...” (Empresa industrial)



“Se le debe dar al empleado la posibilidad de desarrollarse a nivel personal” (Empresa comercial)

“Tuvimos escuela de oficios, libre, con lo cual capacitamos gente durante 4 años de cualquier empresa, algunos nuestros estuvieron, además les entregamos certificados oficiales. Ahora estoy armando tres cursos de instrumentistas industriales...” (Empresa industrial)

Como es evidente, en los comentarios se ve la importancia que le dan los empresarios a las prácticas de RSE enfocadas en los empleados.

Relación de la RSE y los efectos sobre la creación de valor

A continuación, se analizarán las relaciones entre los elementos de la RSE y las variables intermedias que intervienen en el proceso de creación de valor, es decir, las relaciones entre los componentes y los atributos del marco de creación de valor integral propuesto por Olcese (2011). De esta manera, para valorar la importancia de los distintos componentes y atributos del marco de creación de valor integral de RSE, se midió la percepción que tienen los empresarios de la región sobre su grado de relevancia.

En la Tabla 5 se presenta la media obtenida para cada una de las dimensiones. En primer lugar, es de resaltar las altas puntuaciones obtenidas para todas las dimensiones, destacándose con un valor superior a 6 las dimensiones relacionadas con la gestión medioambiental, de recursos humanos y de clientes; es decir, según la percepción de los empresarios, estas son las prácticas de RSE que mayor creación de valor generarían. A través de las entrevistas se pudo reafirmar estas percepciones y, fundamentalmente, la importancia que le dan los empresarios a los recursos humanos de la empresa.

Tabla 5. Impacto positivo de las dimensiones de RSE en la creación de valor.

(1=impacto nulo; 7=impacto máximo).

Dimensiones	Media
Gobierno (valores, código de conducta)	5.4
Estrategia (desarrollo, seguimiento, relaciones con grupos de interés)	5.6
Estructura (organigrama, funciones)	5.0
Sistemas de innovación	5.7
Sistemas de gestión de proveedores	5.2
Sistemas de gestión de clientes	6.1
Sistemas de gestión medioambientales	6.6
Gestión de Recursos humanos (políticas recursos humanos, salud y seguridad laboral)	6.7

Fuente: elaboración propia



De la opinión de los empresarios respecto a los atributos de RSE que generan valor (Tabla 6), en todos los casos la valoración fue muy alta (mayor a 5). Los atributos que aportan mayor valor según las opiniones obtenidas por parte de los empresarios son, en primer lugar, la reputación, seguido de la eficiencia laboral y la gestión del riesgo.

Tabla 6. Impacto positivo de la RSE en los atributos de la creación de valor.
(1=impacto nulo; 7=impacto máximo)

Atributos	Media
Oportunidades de crecimiento (nuevos mercados, nuevos productos, nuevos clientes)	5.9
Capacidad innovadora	5.9
Posición competitiva	5.9
Reputación	6.6
Eficiencia Laboral	6.1
Eficiencia Operativa	5.6
Gestión del Riesgo	6.0
Costo del Capital (financiero)	5.0
Rentabilidad	5.1

Fuente: elaboración propia.

Efectos positivos de la RSE y las características de las empresas (sector, años de experiencia)

En primer lugar, para analizar la relación entre el sector y la valoración asignada a cada atributo de RSE generador de valor, puesto que ambas variables son categóricas, se procedió a realizar la prueba Chi-cuadrado de Pearson para cada uno de los atributos (Oportunidades de crecimiento, capacidad innovadora, posición competitiva, etc.).

Es así como las pruebas Chi-cuadrado de Pearson se utilizaron para contrastar la siguiente hipótesis nula:

H₀1: Las variables Oportunidades de crecimiento y sector son independientes.

H₀2: Las variables Capacidad innovadora y sector son independientes.

H₀3: Las variables Posición competitiva y sector son independientes.

H₀4: Las variables Reputación y sector son independientes.

H₀5: Las variables Eficiencia laboral y sector son independientes.

H₀6: Las variables Eficiencia operativa y sector son independientes.

H₀7: Las variables Gestión del riesgo y sector son independientes.



H_0 8: Las variables Costo de capital y sector son independientes.

H_0 9: Las variables Rentabilidad y sector son independientes.

Para todas las pruebas, puesto que el p-valor fue mayor a 0.10, no podemos rechazar ninguna de las H_0 , lo que implica que las mencionadas variables son independientes entre sí.

Es decir, no hay relación entre la valoración asignada a cada atributo y el sector al que pertenezca la empresa.

Por otra parte, para analizar la relación entre la valoración asignada a cada uno de los atributos y la variable *experiencia en el sector*, se procedió a realizar un análisis de "Diferencia de medias para muestras independientes", puesto que los datos se clasificaron en función de la variable dicotómica *experiencia en el sector*, que tomó los siguientes valores:

Experiencia en el sector mayor a 15 años ($Exp > 15$) = 1; y

Experiencia en el sector menor o igual a 15 años ($Exp \leq 15$) = 0

De esta manera se buscó contrastar la siguiente hipótesis nula:

$H_0: \mu_{Exp > 15} = \mu_{Exp \leq 15}$

Como se observa en la Tabla 7, ninguna de las diferencias de medias resultaron significativas (p-valor > 0.1), por lo tanto, no se rechaza la H_0 , por lo que las medias muestrales no son significativamente distintas.

Tabla 7. Test de diferencia de medias: Atributos según antigüedad en el sector.

Atributos	Media (μ)		Diferencia
	Experiencia ≤ 15 años	Experiencia > 15 años	
Oportunidades de crecimiento	6,16	5,75	0,41
Capacidad innovadora	6,33	5,5	0,83
Posición competitiva	6	5,87	0,13
Reputación	6,66	6,5	0,16
Eficiencia laboral	6	6,12	-0,12
Eficiencia operativa	5,33	5,87	-0,54
Gestión del riesgo	5,66	6,25	-0,59
Costo del capital (financiero)	4,5	5,37	-0,87
Rentabilidad	5,16	5	0,16
α p valor $> 0,10$			

Fuente: elaboración propia.



Conclusiones

Como se puede observar, las prácticas de RSE que más se destacan entre las que están llevando a cabo las empresas de la región son las relacionadas con los empleados, la comunidad y el medio ambiente. De las entrevistas se puede concluir la gran importancia que le dan los empresarios a los recursos humanos por medio del desarrollo profesional y la capacitación, de manera que a través de la eficiencia laboral se generen efectos positivos en la creación de valor.

De los resultados se desprende que existe una percepción muy positiva sobre la importancia de las prácticas de RSE en la creación de valor, así como valoraciones elevadas de los distintos componentes y atributos de la creación de valor. Por lo tanto, queda en evidencia la importancia asignada a las prácticas de RSE por parte de los empresarios y los efectos positivos de la misma, de allí la relevancia de la integración de la RSE a la estrategia empresarial.

Otra cuestión para destacar es que los atributos de la RSE que aportan mayor valor son, según las opiniones de los empresarios, la reputación, la eficiencia laboral y la gestión del riesgo. Esto deja de manifiesto que las empresas valoran fundamentalmente la contribución de la RSE a la buena imagen (de allí las puntuaciones asignadas a la reputación) y al incremento de la productividad y a la minimización de riesgos. Aunque es cierto que las diferencias en la valoración no son demasiado bajas (menos de un punto en todos los casos), para otros atributos como son la posición competitiva, las oportunidades de crecimiento y la capacidad innovadora de la empresa podemos destacar que también la están considerando como una oportunidad.

Por otra parte, luego de aplicar pruebas Chi-cuadrado de Pearson y análisis de diferencia de medias, podemos concluir que ni el sector al que pertenece la empresa ni la experiencia en el sector influye en la valoración que los empresarios asignaron a los atributos que generan la RSE.

Por último, es importante mencionar que este es un primer trabajo dentro de un proyecto de investigación más extenso y que dadas las características de la muestra obtenida no se pueden generalizar los resultados a la población; no obstante, los resultados brindan información muy valiosa para dar respuesta a los interrogantes planteados, dejando una metodología definida que será profundizada en futuras investigaciones a través de un relevamiento más amplio.



Referencias Bibliográficas

- ALONSO, María; RODRÍGUEZ, Martha; CORTEZ, Klender y ABREU, José. (2012). La responsabilidad social corporativa y el desempeño financiero: un análisis en empresas mexicanas que cotizan en la bolsa. En: Contaduría y administración, N°1 Vol.57. Ciudad de Méjico: Universidad Nacional Autónoma de México.
- CARNÉ, Domenèc. (2007). Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica a las principales teorías. En: Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía, N°65. Vitoria: Gobierno Vasco.
- CHARLO, María y MOYA, Ismael. (2010). El comportamiento financiero de las Empresas Socialmente Responsables. En: Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, N°2 Vol.16. Pontevedra: Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM).
- DIENTE, Sonia. (2016). Divulgación de información sobre responsabilidad social en las empresas de Valladolid y su vinculación con el rendimiento financiero. Tesis doctoral. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- DE CASTRO, Juan. (2008). "Ensayo sobre RSE" Foment del Treball Nacional. La RSC y la maximización conjunta de beneficio. Barcelona: Gráficas Rey.
- GALLARDO, Dolores y SÁNCHEZ, María. (2013). Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. En: Universia Business Review, N°38. Madrid: Universia.
- GONZÁLEZ, María; DONATE, Mario y GUADAMILLAS, Fátima. (2014). Propuesta de una escala para la medición de la responsabilidad social corporativa. En: Pecvnia, N°18. León: Universidad de León.
- GORROCHATEGUI, Nora. (2012). Cumplimiento del Principio 10 del Pacto Global sobre corrupción por parte de las empresas que adhieren a la iniciativa en la Argentina. Tesis doctoral. Buenos Aires: Biblioteca Digital de la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.
- IARSE. (2014). Indicadores ETHOS – Para negocios sustentables y responsables. Disponible en internet: <http://www.iarse.org/seccion/publicaciones-iarse/> Consultado 17.06.2016.
- HERNÁNDEZ, Felipe y SANCHEZ, Juan. La influencia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los resultados económicos (RE) de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES). Ponencia en XXIII Congreso EBEN España. Sevilla, Universidad Pablo de Olavide, (2015).
- MORENO, José. (2004). Responsabilidad social corporativa y competitividad: una visión desde la empresa. En: Revista Valenciana de Economía y Hacienda, N°12. Valencia: Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas.
- LARRÁN, Manuel; HERRERA, Jesús y MARTÍNEZ, Domingo. (2013). Relación entre la RSE y el performance competitivo en la pequeña y mediana empresa: un estudio empírico. Disponible en internet: http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xviiicongresoaecca/cd/123h.pdf
- LIARTE, Nicolás. (2015). El desafío de la sustentabilidad corporativa: una década de contribuciones del Pacto Global en Argentina. Buenos Aires: Programa Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD.



- COBA, Edisson y MUSO, Jessica. (2016). Análisis de relación causal de la responsabilidad social empresarial en la imagen corporativa y rendimiento financiero de las Pymes. Tesis doctoral. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- OLCESE, Aldo. (2011). Creación de valor y responsabilidad social de la empresa (RSE) en las empresas del IBEX 35. Barcelona: Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras.
- POYATOS, Juan. (2015). Análisis de la relación causal de la responsabilidad social corporativa y la performance financiera de las empresas. Tesis Doctoral. Valencia: Universitat Politècnica de València.
- MARÍN, Joaquín y RUBIO, Alicia. (2008). La responsabilidad social corporativa como determinante del éxito competitivo: un análisis empírico. En: Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa N°3 Vol.17. Murcia: Universidad de Murcia.
- VALENZUELA, Leslie; JARA-BERTIN, Mauricio y VILLEGAS, Francisco. (2015). Prácticas de responsabilidad social, reputación corporativa y desempeño financiero. En: Revista de Administração de Empresas N°3 Vol.55. Estado de Río de Janeiro: Fundação Getulio Vargas.
- WEBER, Olaf; KOELLNER, Thomas; HABEGGER, Dominique; STEFFENSEN, Henrik y OHNEMUS, Peter. (2008). The relation between the GRI indicators and the financial performance of firms. En: Progress in Industrial Ecology An International Journal N°3 Vol.5. Waterloo: University of Waterloo.

Para citar
este artículo:

Solari, Estefanía. (2018). Prácticas de RSE y la creación de valor. Percepción de los empresarios del Gran La Plata acerca de su relación. Teuken Bidikay Vol. 09 N° 12. Medellín: Politécnico Colombiano. Pp. 119-134

