

**Gestión de personas y la Responsabilidad Social Empresarial**

**People Management and Corporate Social Responsibility**

**Daniela Ruíz – Díaz Morales<sup>1</sup>**

Artículo Recibido: 05/05/2017

Aceptado para Publicación: 12/07/2017

**RESUMEN:** Este trabajo tuvo como Objetivo General: analizar los beneficios y el alcance del programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que llevan adelante empresas de Asunción y otras ciudades. Los Objetivos Específicos fueron: 1) Describir las prácticas de RSE que realizan las empresas encuestadas. 2) Describir que tipos de actividades desean hacer, en cuanto a RSE, las empresas que no cuentan con un programa en dicha área. 3) Identificar los factores que motivan y justifican la incorporación de prácticas de responsabilidad social en la empresa. 4) Verificar las fuentes de ingresos económicos que prevalecen en las O.N.G. encuestadas. El diseño metodológico fue no experimental, descriptivo, enfoque mixto y corte transversal. Los instrumentos de recolección de datos fueron dos cuestionarios semi-estructurado, uno para las empresas y otro para las O.N.G. Participaron 8 O.N.G. y 54 empresas, distribuidas en Asunción, Fernando de la Mora, Mariano R. Alonso, Areguá, Cnel. Oviedo, Villa Rica y Pilar. Entre el 60% al 100% de las empresas manifestaron que cuentan con políticas de RSE expresadas en su imagen corporativa; están interesadas en desarrollar programas de RSE y en involucrar a sus empleados en dichas actividades. Beneficiar a niños, jóvenes, personas de la 3ra. Edad y en situación de calle, expresaron entre el 70% y el 100%; la construcción de viviendas de emergencias, oscila entre ninguna y el 100% de las empresas encuestadas. El 67% al 100% de las empresas y de las ONG expresaron que su compromiso con la comunidad es el factor que las lleva a tener políticas de RSE. El 100% de los ingresos de la ONG provienen de la ciudadanía, el 75% de otras fuentes, el 63% de empresas locales y el 50% cuentan con recursos financieros propios.

**Palabras claves:** Gestión, Talento humano, Responsabilidad social empresarial.

**ABSTRACT :** This work had as a General Objective: to analyze the benefits and the scope of the Corporate Social Responsibility (CSR) program carried out by companies from Asunción and other cities. The Specific Objectives were: To describe the CSR practices carried out by the companies surveyed. Describe what types of activities they want to do, in terms of CSR, companies that do not have a program in that area. Identify the factors that motivate and justify the incorporation of social responsibility practices in the company. To verify the sources of economic income that prevail in the O.N.G. Respondents. The methodological design was non-experimental, descriptive, mixed and cross-sectional. The instruments of data collection were two semi-structured questionnaires, one for the companies and another for the O.N.G. Participated 8

---

<sup>1</sup> Dra. En Psicología – Universidad Americana – Asunción, Paraguay [daniela\\_rd57@hotmail.com](mailto:daniela_rd57@hotmail.com) ; Investigación realizada en el marco de la Materia Gestión del Talento Humano II, del 5to. Semestre de las Carreras de Administración de Empresas e Ing. Comercial de la Universidad Americana de Asunción, dictada durante el primer periodo académico 2017.

O.N.G. And 54 companies, distributed in Asunción, Fernando de la Mora, Mariano R. Alonso, Areguá, Cnel. Oviedo, Villa Rica and Pilar. Between 60% and 100% of companies stated that they have CSR policies, expressed in their corporate image; Are interested in developing CSR programs and in involving their employees in such activities. To benefit children, youth, people of the 3rd. Age and street, expressed between 70% and 100%. The construction of emergency housing, ranges from none to 100% of the companies surveyed. 67% to 100% of companies and NGOs expressed that their commitment to the community is the factor that leads them to have CSR policies. 100% of NGO income comes from citizenship; 75% from other sources; 63% of local companies and 50% have their own financial resources.

**Key words:** Management, Human talent, corporate social responsibility.

## **INTRODUCCIÓN**

El hecho de que las empresas consideren como parte de sus objetivos estratégicos el crecer con responsabilidad social empresarial (RSE), se refleja en la siguiente frase “No hay empresa exitosa en una sociedad fracasada, así como ninguna sociedad será exitosa con empresas fracasadas”, y refleja la importancia de considerar puntos que van más allá de la simple facturación y, a la larga, resultan rentables y sostenibles.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) Paraguay arroja los siguientes datos:

Población: 6, 6 millones de habitantes. Índice de pobreza: 23,8.

Ingreso per cápita: US\$ 7.580. Índice de desarrollo humano: 0,676.

El Congreso de la Nación Paraguaya define a la RSE como:

El cumplimiento de los deberes, legales y económicos propios de la empresa y la adopción del compromiso de ser socialmente responsable, con criterios de sostenibilidad y contribuyendo con el desarrollo económico, social, ambiental y políticas públicas del Estado, trabajando con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general, para implementar conjuntamente proyectos de desarrollo social que instauren la igualdad de oportunidades en el desarrollo de las capacidades de todas las personas, suprimiendo y buscando la eliminación

de cualquier obstáculo socioeconómico, político o cultural para la consecución de este.

El diario ABC Color, del 12/11/2012 publica lo siguiente:

Están adheridas a la Red del Pacto Global en Paraguay 46 organizaciones, la mayoría empresas privadas, cuyo objetivo es promover los principios del Pacto Global para impulsar la RSE apuntando a la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, iniciativa de las Naciones Unidas. Con 17 firmas impulsoras, este emprendimiento llegó al Paraguay en el 2006 y es un esfuerzo en sumarse a unos principios con cuatro ejes: derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y anticorrupción. De todas, 15 reportan su gestión, permitiendo visibilizarlas, pues asumen el compromiso públicamente. Principalmente son pymes, pero las que causan mayor impacto en la cadena son las grandes compañías, ya que estimulan a sus proveedores y cadena de valor a incorporar estas prácticas, cuenta Gisella Lefebre, consultora de RSE de Nutrihuevos – Las Tacuaras S.A. La Red es un parámetro de la cantidad de empresas que practican los principios de RSE; pero también hay otras que poco a poco van aplicando algunos aspectos, porque reconocieron que es el camino para perdurar y ser sostenibles. Luis Fretes, presidente de ADEC (Asociación de empresarios cristianos) afirma que la RSE es rentable a la larga porque se gana la lealtad en la preferencia de clientes y la fidelidad de funcionarios. La diferencia con la filantropía es la rentabilidad, añade y ejemplifica: cuando un cliente busca un producto en el supermercado, a igualdad de calidad y precio, preferirá el producto de aquella compañía socialmente responsable. (.....) Se visibilizan los resultados internos y externos, mejora la productividad, baja el nivel de rotación, hay mayor sentido de pertenencia, cuidado de los bienes y nivel de involucramiento; además, más proactividad. A nivel externo, optimiza la reputación empresarial, hay mayor aceptación de marca, buen vínculo con el grupo de interés y aumenta la confianza; cita entre las ventajas de la RSE. (...) En este sentido, Fretes enfatiza en que el funcionario de una empresa con RSE muestra una actitud diferente. Es distinto medir el clima laboral en aquella firma con RSE porque en uno de sus ejes está el

cliente interno (empleado). Y hoy es más difícil conseguir un talento que trabaje para la empresa que clientes. El talento no se queda solo por beneficio económico, sino porque está en una empresa que tiene una mirada más allá que solamente el dinero y tiene una pertenencia mayor. (p. 15).

Entre los objetivos de la misión del Pacto Global se encuentra promover los principios de la organización como medio de impulsar la Responsabilidad Social Empresarial, con miras a la consecución de los objetivos de desarrollo del milenio en Paraguay.

América Latina también fue afectada por la crisis financiera. “En el 2009 cayeron el producto bruto, las exportaciones y las remesas migratorias. El desempleo aumentó en 2,5 millones, y la pobreza en un 1,1%. Hubo ocho millones más de latinoamericanos pobres, con lo que la cifra total ascendió a 190 millones” (Galán Zazo, J. I., Sáenz de Miera, A., y Calle Maldonado, C.; 2012).

El Secretario General del club de los países más ricos, la OECD, Ángel Gurría (2009), citado por Galán Zazo, et al (2012) resalta que:

La crisis económica actual está costando al mundo trillones de dólares, millones de trabajos perdidos, una gran pérdida de confianza en los mercados financieros, y una regresión en nuestros esfuerzos para reducir la pobreza global. Es el resultado de la combinación de severas fallas. La falla en ética corporativa es una de ellas. Una que está en el epicentro de este terremoto financiero y económico. (p.224).

Guibert Ucin, J. M. (2009) sostiene lo siguiente

Por eso, la empresa que quiera adelantarlos a todos adecuadamente debe tratar de gestionar ese conflicto potencial de expectativas, buscando una respuesta ponderada: encontrar el equilibrio óptimo en sus relaciones con sus grupos de interés [...]La empresa debe atender adecuada y equilibradamente a sus diferentes grupos de interés porque de todos ellos obtiene un recurso básico –tangible o intangible – para el óptimo desarrollo de su actividad: capital de los accionistas; ingresos de los clientes; suministros de los proveedores; fuerza de trabajo, talento, motivación e integración de los empleados; licencia para operar de los

reguladores; buena valoración de los creadores de opinión; y aceptación y reputación de la sociedad. (p. 23).

Torres Geisse, C. (2011) sostiene que:

A nivel mundial, los países más desarrollados en materia de RSE han resultado ser los europeos, trayendo consigo propuestas como las del Libro Verde (Comisión Europea, 2001) presentado por la Comisión de la Comunidad Europea, misma que lleva por nombre: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. (p. 313).

Para lograr el alcance de los objetivos estratégicos, en lo relacionado con la responsabilidad social, las empresas se apoyan en las ONG, según sostiene Pinzón Camargo, M. A. (2009): “El papel que desempeñan las ONG en los procesos de RSE es de gran importancia gracias al fuerte poder de convocatoria que ejercen sobre la opinión pública lo que les permite ejercer presión de manera prolongada y exitosa” (p. 87).

#### ANTECEDENTES:

Galán Zazo, et all, (2012) relata que:

Ciertamente, la noción de «responsabilidad social» tiene una larga historia en el mundo de las empresas. Sus precedentes se remontan a los años veinte del siglo pasado, con la idea de que las empresas administran recursos sociales, cobra fuerza en los años cincuenta, ligada al rápido incremento de tamaño y poder de las empresas americanas, y a partir de los setenta empieza a plantearse la responsabilidad social como un elemento que debe incorporarse a los procesos de planificación estratégica, incluso como una herramienta importante para el progreso social en una sociedad pluralista. (...) El 26 de junio del 2000 el titular de la ONU Kofi Annan, lanzó al sector privado un llamado al Pacto Global de responsabilidad social empresarial, para trabajar en conjunto con las Naciones Unidas, los gobiernos y la sociedad civil. (pp 69/70/90).

En 2006, el PNUD Paraguay, realizó un primer llamado a empresas y organizaciones, reconocidas por sus acciones de la responsabilidad social empresarial y se conformó un grupo impulsor para la Red del Pacto Global en Paraguay. En la actualidad la red trabaja con varias empresas del sector privado, organizaciones de la sociedad civil, gremios empresariales universidades y entes autárquicos.

El 22 de octubre del 2015 los Diputados Nacionales José María Ibañez Benítez y Pablino Rodríguez Arias presentaron el proyecto de Ley De RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, que fue aprobado por la Honorable Cámara de Diputados en sesión ordinaria del 1 de octubre del 2015.

El 16/09/2015, en su reunión semanal, la Comisión de Legislación y Codificación, presidida por el diputado Bernardo Villalba, dictaminó por la aprobación, con modificaciones, del Proyecto de Ley “De Responsabilidad Social Empresarial”.

**JUSTIFICACIÓN:** El contexto de la Gestión del Talento Humano (GTH) está conformado por las personas y las organizaciones. Las organizaciones dependen directa e irremediamente de las personas para operar, producir bienes y servicios, atender a los clientes, competir en los mercados y alcanzar los objetivos generales y estratégicos.

Gestionar el talento humano, con la visión de una empresa socialmente responsable ayuda a desarrollar un clima laboral agradable, confiable, participativo y ético, donde los colaboradores sienten que forman parte de una empresa justa e íntegra, dado que ésta se preocupa y se ocupa de contribuir en el desarrollo humano y digno de los miembros de la comunidad en la cual está inmersa, para que éstos alcancen una mejor calidad de vida.

La empresa recibe a cambio, un compromiso individual y colectivo de sus colaboradores, que se traduce en un trabajo eficiente, que impacta positivamente en la rentabilidad, eficacia y mayor productividad; y la percepción colectiva de ver a dicha empresa como altamente humana y socialmente responsable.

El hacer esta investigación sobre Responsabilidad Social Empresarial, proporcionará a los estudiantes de Administración de Empresas e Ingeniería Comercial, una visión más realista y

empática de las necesidades sociales de sus respectivas comunidades y un acercamiento más humano a la realidad nacional acerca de los ciudadanos más carenciados.

Objetivo General: Analizar los beneficios y el alcance del programa de Responsabilidad Social Empresarial que llevan adelante empresas de Asunción y otras ciudades.

Objetivos Específicos:

1. Describir las prácticas de RSE que realizan las empresas encuestadas.
2. Describir que tipos de actividades desean hacer, en cuanto a Responsabilidad Social Empresarial, las empresas que no cuentan con un programa en dicha área.
3. Identificar los factores que motivan y justifican la incorporación de prácticas de responsabilidad social en la empresa.
4. Verificar las fuentes de ingresos económicos que prevalecen en las ONG encuestadas.

## **METODOLOGÍA**

El diseño metodológico es no experimental, descriptivo, de enfoque mixto y corte transversal.

Instrumentos de recolección de datos: Cuestionario semi-estructurado para las empresas y Cuestionario semi-estructuraado para las O.N.G.

Validación instrumental: los instrumentos fueron elaborados por la docente de la Materia de Gestión del Talento Humano II, y validados por la Lic. María Elena Gonzáles, Directora de investigación Social de la ONG “Un techo para mi país” de la Ciudad de Asunción.

**EMPRESAS PARTICIPANTES: 54**

En Asunción 29 empresas encuestadas: Tu Aliado S.A, Chaco Internacional S.A, Herbalife, Perfecta Automotores S.A, Inmobiliaria Saturno, Venlog – Ventas y Logísticas, Mutsubichi-Condor SACI, Guazú S.A, La Eloisa, Perfecto S y S, Bazar Creativo S.R.L, Cooperativa Barriojarenses Ltda., Asismed S.A, Agro Veterinaria Central, Ariel Calzados, Farmacia Uping

S.A, Salpa S.R.L, Grupo Alta Vista, Winner S.R.L, Palma Travel, Panadería y Confitería “El Buen Sabor”, Sublime Viajes, Cooperativa Yoayu, Villate Seguros, Azucarera Paraguaya S.A, Vicoza SRL, Agro Industrial Guarapí S.A., ANDE, y Admin S.A.

En Fdo. De la Mora a 6 empresas encuestadas: AR Repuestos Industrial, Spare Part S.A., GO Diseños, IDM Ingeniería, Strategias Consultora, y Farmacéutica Paraguaya S.A.

En Mariano Roque Alonso 5 empresas encuestadas: Lauro Raatz S.A., González Giménez, Cominco S.R.L., Directa S.R.L, Corporación Mercantil S.A.

En Areguá a 3 empresas encuestadas: Metalúrgica Resistencia SRL, Estación de Servicios Katupyry, El Ángel Soccer.

En Cnel. Oviedo a 6 empresas encuestadas: Champagne Disco, Comunicaciones Digitales S.A., Global y Cía. S.R.L., Credigroup S.A., Escribanía Zaracho, y Austral II.

En Villa Rica a 2 empresas encuestadas: GAB Boutique y Estudio Jurídico Nicolichia Kurt.

En Pilar a 3 empresas encuestadas: Manufacturas de Pilar S.A., Gozos Boutique, y Auto servicio San Ramón.

ONG PARTICIPANTES: 8

Fundación Martin Rogelio Cabrera Cristaldo; Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Emboscada; Fundación Tava; Cruz Roja Paraguaya Sub Filial Capiatá; Fundación ASOLEU; Fundación San Sebastián, Clima Paraguay, y Fundación Un Techo para mi País.

## **RESULTADOS**

En relación al Objetivo Específico N° 1:

En Asunción de las 29 empresas encuestadas: El 79% de las empresas cuenta con políticas de RSE en la Visión, Misión y Valores corporativos; pero el 72% manifiesta contar con el recurso humano capacitado y está interesada en desarrollar programas de RSE con alguna ONG que impacte de manera integral a la empresa, a los colaboradores y a la comunidad. Solo el 62 % manifiesta que en su imagen corporativa figura su compromiso de RSE. Al 86 % de las empresas les interesa involucrar a sus empleados en las actividades de RSE.



En Fdo. De la Mora de las 6 empresas encuestadas: El 67% de las empresas cuenta con políticas de RSE en la Visión, Misión y Valores corporativos; pero solo el 33 % manifiesta contar con el recurso humano capacitado, y que en su imagen corporativa figura su compromiso de RSE. Al 100 % de las empresas les interesa involucrar a sus empleados en las actividades de RSE. El 83 % de las empresas encuestadas está interesada en desarrollar programas de RSE con alguna ONG que impacte de manera integral a la empresa, a los colaboradores y a la comunidad.

En Mariano Roque Alonso de las 5 empresas encuestadas: El 60% cuenta con políticas de RSE en la Visión, Misión y Valores corporativos y el 80 % manifiesta contar con el recurso humano capacitado y que en su imagen corporativa figura su compromiso de RSE y les interesa involucrar a sus empleados en las actividades de RSE. El 83 % de las empresas encuestadas está interesada en desarrollar programas de RSE con alguna ONG que impacte de manera integral a la empresa, a los colaboradores y a la comunidad.

En Areguá de las 3 empresas encuestadas: El 67% cuenta con políticas de RSE en la Visión, Misión y Valores corporativos; manifiestan contar con el recurso humano capacitado; que en su imagen corporativa figura su compromiso de RSE y están interesadas en desarrollar programas de RSE con alguna ONG que impacte de manera integral a la empresa, a los colaboradores y a la comunidad. Al 100 % de las empresas les interesa involucrar a sus empleados en las actividades de RSE.

En Cnel. Oviedo de las 6 empresas encuestadas: El 100 % cuenta con políticas de RSE en la Visión, Misión y Valores corporativos; pero solo el 67 % manifiesta contar con el recurso humano capacitado. El 83 % manifiesta que en su imagen corporativa figura su compromiso de RSE. Al 50 % de las empresas les interesa involucrar a sus empleados en las actividades de RSE y están interesadas en desarrollar programas de RSE con alguna ONG que impacte de manera integral a la empresa, a los colaboradores y a la comunidad.

En Villa Rica de las 2 empresas encuestadas: El 100 % cuenta con políticas de RSE en la Visión, Misión y Valores corporativos; manifiestan contar con el recurso humano capacitado y que en su imagen corporativa figura su compromiso de RSE; también les interesa involucrar a sus empleados en las actividades de RSE, están interesadas en desarrollar programas de RSE con alguna ONG que impacte de manera integral a la empresa, a los colaboradores y a la comunidad.

En Pilar de las 3 empresas encuestadas: todas cuentan con políticas de RSE en la Visión, Misión y Valores corporativos; manifiestan contar con el recurso humano capacitado y que en su imagen corporativa figura su compromiso de RSE; también les interesa involucrar a sus empleados en las actividades de RSE, y están interesadas en desarrollar programas de RSE con alguna ONG que impacte de manera integral a la empresa, a los colaboradores y a la comunidad.

En relación al Objetivo Específico N° 2:

En Asunción de las 29 empresas encuestadas: El 86% desea beneficiar a jóvenes. El 83% desea beneficiar a niños. El 72 % desea beneficiar a personas de la 3ra. edad; a personas en situación de calle y a la salud. El 69 % desea beneficiar a personas discapacitadas. El 59 % desea beneficiar en la construcción de viviendas de emergencia.

En Fdo. De la Mora de las 6 empresas encuestadas: El 100 % desea beneficiar a jóvenes. El 83 % desea beneficiar a personas de la 3ra. edad. El 67% desea beneficiar a niños y a personas en situación de calle. El 33 % de desea beneficiar a personas discapacitadas y a la salud. Ninguna de las empresas encuestadas desea beneficiar en la construcción de viviendas de emergencia.

En Mariano Roque Alonso de las 5 empresas encuestadas: El 80 % desea beneficiar a niños. El 60 % desea beneficiar a jóvenes. El 40 % desea beneficiar a personas discapacitadas, a personas en situación de calle y a la salud. El 20 % desea beneficiar en la construcción de viviendas de emergencia y a personas de la 3ra. edad.

En Areguá de las 3 empresas encuestadas: El 100 % desea beneficiar a jóvenes y a la salud. El 67 % desea beneficiar a personas discapacitadas y a niños. El 33 % desea beneficiar a personas en situación de calle y en la construcción de viviendas de emergencias. Ninguna de las empresas encuestadas desea beneficiar a personas de la 3ra. edad.

En Cnel. Oviedo de las 6 empresas encuestadas: El 83 % desea beneficiar a jóvenes. El 67% desea beneficiar a niños y a la salud. El 50 % desea beneficiar a personas discapacitadas, beneficiar a personas en situación de calle y beneficiar en la construcción de viviendas de emergencia. El 33 % desea beneficiar a personas de la 3ra. edad.

En Villa Rica de las 3 empresas encuestadas: El 100 % desea beneficiar a niños; a jóvenes; a personas de la 3ra. edad; a personas discapacitadas; a personas en situación de calle y en la construcción de viviendas de emergencia. El 50 % de las empresas encuestadas desea beneficiar a la salud.

En Pilar de las 3 empresas encuestadas: El 100 % desea beneficiar a niños; a personas de la 3ra. edad; a personas discapacitadas; a personas en situación de calle; y en la construcción de viviendas de emergencia. El 66 % de las empresas encuestadas desea beneficiar a los jóvenes.

En relación al Objetivo Específico N° 3:

En Asunción: El 76% de las 29 empresas encuestadas manifiestan que es el compromiso con la comunidad el factor que las lleva a tener políticas de RSE; y el 66% revela que su imagen corporativa se beneficia con ello. El 59 % la percibe como un elemento de factor competitivo. El 93% de las empresas encuestadas menciona que disponen de recursos financieros destinados a la RSE; aunque solo el 45 % manifiesta que disponen para eso entre el 3% y el 10%. El 35 % de las empresas encuestadas manifiesta que hacen RSE con aportes financieros.

En Fdo. De la Mora: El 67% de las 6 empresas encuestadas manifiestan que es el compromiso con la comunidad el factor que las lleva a tener políticas de RSE. El 50 % la percibe como un elemento de factor competitivo y el 17% revela que su imagen corporativa se beneficia con ello. El 50% de las empresas encuestadas manifiesta que hacen RSE con aportes financieros.

En Mariano Roque Alonso: El 80% de las 5 empresas encuestadas manifiestan que es el compromiso con la comunidad el factor que las lleva a tener políticas de RSE; y revelan que su imagen corporativa se beneficia con ello; y el 60% la percibe como un elemento de factor competitivo y disponen de recursos financieros destinados a la RSE. El 20 % lo hace a través de aportes financieros.

En Areguá: El 67% de las 3 empresas encuestadas manifiesta que es el compromiso con la comunidad el factor que las lleva a tener políticas de RSE y revelan que su imagen corporativa se beneficia con ello. El 33% de las empresas encuestadas manifiestan que hacen RSE con aportes financieros. Ninguna de ellas la perciben como un elemento de factor competitivo.

En Cnel. Oviedo: El 67% de las 6 empresas encuestadas revela que su imagen corporativa se beneficia con ello y la perciben como un elemento de factor competitivo. El 50 % manifiesta que es el compromiso con la comunidad el factor que las lleva a tener políticas de RSE. El 100 % de las empresas encuestadas expresan que cuentan con recursos financieros destinados a la RSE y el 83% manifiesta que hacen RSE con aportes financieros.

En Villa Rica: Las 2 empresas encuestadas manifiestan que es el compromiso con la comunidad el factor que las lleva a tener políticas de RSE; revelan que su imagen corporativa se beneficia con ello y la perciben como un elemento de factor competitivo; cuentan con recursos financieros destinados a la RSE y manifiesta que hacen RSE con aportes financieros.

En Pilar: El 88 % de las 3 empresas encuestadas manifiestan que es el compromiso con la comunidad el factor que las lleva a tener políticas de RSE; revelan que su imagen corporativa se beneficia con ello y la perciben como un elemento de factor competitivo. El 88 % manifiesta que hacen RSE con aportes financieros; pero solo el 50 % expresa que cuentan con recursos financieros destinados a la RSE.

En relación al Objetivo Específico N° 4:

De la 8 ONG encuestadas: El 88% revelan que sus políticas de RSE están expresadas en la misión y visión de la Institución. El 75% expresa que el recurso humano es capacitado periódicamente en RSE.

Entre las actividades que realizan habitualmente están:

“Se hace voluntariado con capacitaciones constantes con delegaciones de otros países, Ejemplo: Escocia” (Bomberos de Emboscada).

“Trabajar en conjunto con jóvenes voluntarios en las construcciones de viviendas en los asentamientos precarios” (Fundación Un techo para mi país)

“Proveer medicamentos e insumos para hospitales. Provisión de alimentos y abrigos para familias” (Fundación Martin Rogelio Cabrera Cristaldo)

“Fomentar la educación, la cultura, el arte, la música y el deporte, para lograr vencer el ciclo de pobreza y obtener el desarrollo sostenible que promueve el liderazgo de la educación” (Fundación San Sebastián).

“Capacitaciones sobre cambio climático y biodiversidad; actividades de reforestación, trabajo conjunto con entidades públicas para la protección de bosques y/o áreas protegidas; trabajos sobre seguridad alimentaria, otros” (Asociación Clima Paraguay).

“Entregamos en forma totalmente gratuita medicamentos necesarios para quimioterapia; desayuno a los niños y canastas de víveres a sus familias” (Fundación ASOLEU)

“Colaboración a SENEPA para funcionarios; colaboración de insumos para el Hospital Materno infantil; donación de botiquín a escuelas; colaboración de materiales a escuelas de Capiatá” (Fundación Tova).

“Formación de jóvenes y adultos en respuestas ante emergencias; preparación y mitigación ante eventos en desastres a nivel comunitario; fomento de valores y actividades lúdicas en niños; educación vial; arborización; inclusión social” (Cruz Roja paraguaya; filial Capiatá).

Al 88 % de las ONG les lleva a trabajar en RSE el compromiso con la comunidad; sostienen que su imagen corporativa se ve beneficiada con su compromiso de RSE; perciben la confianza de la comunidad y sostienen que la RSE fomenta en los colaboradores el trabajo en equipo y un ambiente colaborativo, en las empresas con las cuales trabaja.

El 100 % expresa que sus ingresos provienen de la ciudadanía. El 75 % revela que sus ingresos también provienen de otras fuentes, el 63% expresa que también sus ingresos provienen de empresas locales. El 50 % de las ONG disponen de recursos financieros propios.

## **CONCLUSIONES**

La Gestión del Talento Humano es responsable de la dimensión humana en la organización. La nueva concepción mundial del verdadero liderazgo consiste en el arte de concebir y tratar a las personas como talentos y no como recursos. La presión que ejerce hoy en día, el entorno social sobre las empresas, hace que éstas desarrollen una conciencia empresarial,

que se está extendiendo progresivamente en forma de una gestión con responsabilidad social, que no solo se ve en el nivel operativo, sino que se integra a la gestión estratégica de las empresas, para devolver de alguna forma, lo que recibe de la sociedad donde están inmersas.

Si bien la rentabilidad es un aspecto fundamental para las empresas, en la actualidad se va evidenciando que no es solo por eso que las empresas apuestan a este esquema de gestión, sino por convicción, pues se apoyan en gestión con voluntariado y en programas que apuntan al desarrollo de una sociedad más equitativa y más justa; buscando a través de la RSE, paliar los problemas sociales y ambientales de las comunidades de las cuales forman parte.

Las entidades que sepan integrar adecuadamente la RSE en su estrategia y por consiguiente en el nivel operativo, tienen grandes posibilidades de conseguir ventajas competitivas que les facilite un mejor posicionamiento estratégico.

Las empresas que practican la RSE se vuelven más atractivas para los clientes, para sus empleados y para los inversionistas; porque se vuelven más competitivas y pueden obtener mayores ganancias.

Por otra parte, las Organizaciones No Gubernamentales (O.N.G.) juegan un papel preponderante para minimizar las desigualdades reflejadas en la salud, la educación y las precariedades de las viviendas, que sufren tanto los niños, los jóvenes, las personas de la 3ra. edad, y con más razón las personas en situación de calle. Pero estas ONG no podrían cumplir su Visión y Misión, sin el apoyo de la ciudadanía y de las empresas locales.

De ahí se desprende la importancia de concientizar desde las salas de aulas, a los estudiantes sobre la necesidad de ser un participante activo y comprometido ante la sociedad, desde todos los roles que la vida le lleve a cumplir.

AGRADECIMIENTOS A: Alvarenga Suarez, Juan Carlos; Bachilett Acosta, Roberto; Barreto Pedrozo, Rocío; Barrios Vega, Andrea C.; Chaparro Solaeche, Iván; Duarte Ayala, Aleksander Xavier; Fleytas Mieres, Alma Ma.J.; Fuentes Quiñones, Luz M.; Giménez Castillo, Jhoana; González Espínola, Salma G; Jiménez Ojeda, Natalia S.; Leguizamón Ramírez, Claudia; Marecos Alcaraz, Ma. Belén; Mendoza, Mercedes; Torres Meza, Ingrid Elizabeth; Vega Riveros, Ana del Pilar y Zaracho Benítez, Nicolás Andrés.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Guibert Ucín, J. M. (2009) *Responsabilidad Social Empresarial: Competitividad y Casos de Buenas Prácticas en pymes*. rseenparaguay.blogspot.com/2012/02/ Las empresas paraguayas que buscan, html. Publicado en el diario La Nación – Suplemento Estrategia- Pág.4 19/02/2012. (Revisado 08/05/2017).

Galán Zazo, J. I., Sáenz de Miera, A., y Calle Maldonado, C. *Reflexiones sobre la responsabilidad social corporativa en el siglo XXI*. Salamanca, ES: Ediciones Universidad de Salamanca, 2012. ProQuest ebrary. Web. (Recuperado 01/06/ 2017).

Hernández S., R.; Fernández C., C. y Baptista L., P. *Metodología de la Investigación* Ediciones Mc. Graw. Hill, México, 2003.

<http://www.monografias.com/trabajos13/bune/bune2.shtml#ixzz4ovbAKDQs> González S. F. *La responsabilidad social en las empresas* (Revisado el 08/05/2017).

Pinzón Camargo, M. A. (2009) *El papel de las ONG y sus alcances en la responsabilidad social* [www.abc.com.py](http://www.abc.com.py) Bogarín, S., 12/11/2012 *Responsabilidad social, un buen negocio*. (Revisado 26/03/2017).

Torres Geisse, C. E. (2011) *Responsabilidad social empresarial: caso centro comercial Lago Mall*. Revista de Ciencias Sociales. 17(2). Zulia, VE: Red Universidad del Zulia. ProQuest ebrary. Web. (Revisado 01/06/ 2017).

[www.odd.senado.gov.py/archivos/file/MHCD](http://www.odd.senado.gov.py/archivos/file/MHCD) (Revisado el 08/05/2017).

[www.unde.org/content/paraguay/home](http://www.unde.org/content/paraguay/home) Informe nacional sobre Derechos Humanos-Paraguay 2013- OIT –PNUD.