



Universidad del Salvador
Facultad de Ciencias de la Educación y
la Comunicación Social
Licenciatura en Relaciones Públicas



**La Responsabilidad Social Empresarial:
¿Compromiso social o una exigencia de los grupos de interés?
CASO: YPF S.A.**

Estudiante: Soledad Ferrario

Cátedra: Prof. Lic. Manuel Montaner

Tutor/a designado: Lic. Constanza Lazazzera

Buenos Aires 26.09.2018
DNI 22.312.366
soledadferrario@gmail.com
Teléfono: 116-335-5758

ÍNDICE

Introducción	4
<u>Capítulo 1</u>	8
Grupos de interés, Grupos de presión: ¿Bases de la estrategia de una empresa?	
• Públicos, Mapa de públicos, Grassroots.	
<u>Capítulo 2</u>	14
Medio ambiente, sustentabilidad y desarrollo sostenible: pilares de las empresas responsables	
• Medio ambiente, Sustentabilidad, Desarrollo sostenible.	
<u>Capítulo 3</u>	20
¿Por qué es importante la RSE en empresas cuya actividad tiene un alto impacto ambiental?	
• Responsabilidad Social Empresarial, RSE en Argentina, RSE y medio ambiente, Marketing verde, Estrategia de negocio.	
<u>Capítulo 4</u>	36
Normativas y Certificaciones: Guías para una buena acción de RSE	
• Pacto Mundial, Global Reporting Initiative (GRI), ISO, IRAM- Instituto Argentino de Normalización y Certificación.	
<u>Capítulo 5</u>	
La compañía: YPF S.A.	45
Conclusión: Aportes de las Relaciones Públicas para prácticas de RSE y desarrollo sostenible ----	53
Anexos	57
Listado de referencias bibliográficas	58
Listado de referencias electrónicas	58

Introducción

Con el devenir de los acontecimientos globales vividos en las últimas décadas en ámbitos tales como las economías mundiales —y sus caídas financieras—, hechos sociales relevantes, las innovaciones culturales, la caída de mercados internacionales y sus consecuencias, las crisis medioambientales por los cambios climáticos acaecidos; y el surgimiento de nuevos paradigmas direccionados en pos de generar mejoras en la calidad de vida, es donde surge el interrogante, de este trabajo, sobre qué grado de compromiso e importancia le dan las grandes empresas, sobre todo aquellas cuya actividad puede impactar directamente en el medio ambiente y la sociedad, a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

En este trabajo se analizará si, las acciones de RSE en las organizaciones, nacen del compromiso con el entorno y parte de su estrategia de negocio o por una demanda de grupos de interés; o también, si se trata de un conjunto de ambas.

Se intentará alcanzar un concepto amplio y desarrollado de la RSE investigando las prácticas que se desarrollan en el ámbito privado como público de las organizaciones con o sin fines de lucro, con el objetivo de mejorar social, económica, cultural y medioambientalmente la calidad de vida de la sociedad.

Queriendo detectar si esas prácticas se enfocan en dejar un mundo más ordenado y con mayor grado de preservación para las futuras generaciones, acompañando y disminuyendo el impacto de los cambios sufridos por un mundo más exigente y globalizado.

La investigación se basa en las acciones, mensajes y actividades realizadas por YPF SA (Yacimientos Petrolíferos Fiscales), siendo esta empresa, el caso de estudio.

Con la información recolectada evaluar si las practicas llevadas a cabo surgen desde un compromiso genuino con la sociedad, el medio ambiente y las metas fijadas, sobre todo por su actividad de alto impacto ambiental, o son una mera respuesta a las exigencias de los grupos de presión.

Las organizaciones pueden realizar un conjunto de acciones voluntarias y conscientes, que permitan mermer el impacto negativo de su actividad y compensar consecuencias, como en el caso de papeleras, explotación minera, explotación de hidrocarburos, entre otras, o generar mejoras en la calidad del medio ambiente, dando cumplimiento a las exigencias de la normativa vigente y agregando valor a la calidad de vida de la comunidad.

La Responsabilidad Social se proyecta para el mediano y largo plazo y se lleva a cabo mediante estrategias que desarrollan acciones según la necesidad y actividad planteada puntualmente por cada organización.

En este sentido, las acciones que se aplican en las empresas, que se encuadran en el marco de RSE, transforman directa, pura y exclusivamente a la sociedad en la que están insertas y marcando una nueva mirada empresarial, sin alejarse de los objetivos planteados por la actividad que llevan a cabo. Para una correcta toma de decisiones en el diagrama de los programas a implementar, los relacionistas públicos, deben incluir a los altos mandos del directorio, ya que la estrategia de estas acciones tiene que estar alineada con los objetivos de la compañía y no caer en una simple idea universal de filantropía.

Deben tener políticas de sustentabilidad y compromiso social en la actividad desarrollada, pilares fundamentales para generar un marco sostenible de rentabilidad, permanencia y posicionamiento en el mercado como líder del rubro.

La estrategia elegida no solo da muestras de responsabilidad social, sino que lleva a posicionar a la compañía, como una marca confiable en el mercado y duradera en el tiempo, que se identifica a través de este tipo de acciones, y deja una señal clara hacia el resto de sus competidores, diferenciándose por el beneficio que le ocasiona a quienes están dirigida su acción.

Las organizaciones deben cumplir con las legislaciones nacionales y regionales vigentes en el marco social, medioambiental, laboral y de derechos humanos, pero también desarrollar actos voluntarios

que mejoren la calidad de vida de sus empleados, las comunidades donde están instaladas y la sociedad en general.

La constante evolución de la tecnología y las comunicaciones, la interacción entre países, el acceso inmediato a la información y el crecimiento demográfico evidencian la necesidad de llevar a cabo medidas que mejoren ininterrumpidamente la calidad de los servicios en pos de la calidad de vida, preservando el medio ambiente y brindando soluciones a las necesidades económicas y sociales.

Dentro de este marco tecnológico se exigen acciones desde diferentes ámbitos y las empresas deben adoptar un rol fundamental para descubrir y cubrir estas necesidades. El desafío puede convertirse en una oportunidad en el mercado y para la comunidad, si las organizaciones demuestran una gestión de RSE sostenible en el tiempo, por medio de una selección adecuada de estrategias de negocios, que aporten soluciones y prácticas reales para la sociedad.

Las empresas y sus grupos de interés (proveedores, clientes, gobiernos y otros) son cada vez más conscientes de la necesidad y los beneficios de un comportamiento socialmente responsable, siendo la RSE el medio por el cual, se demuestre el compromiso asumido para satisfacer las expectativas.

Las prácticas responsables se pueden implementar tanto interna como externamente y en cada caso, el área de Relaciones Públicas, debe identificar los diferentes públicos hacia donde focalizar la acción.

Estos públicos, también denominados stakeholders, dentro de la empresa, están conformados por los empleados, los directores, los accionistas, los proveedores, los clientes y fuera de ella, por la comunidad, los organismos gubernamentales, la prensa, entre otros. Ellos asumen el rol de velar porque la empresa cumpla con las acciones y objetivos de responsabilidad social.

Hay demandas y/o necesidades que pueden ser planteadas por los diferentes stakeholders, ocupando las empresas un lugar receptivo, abierto y permeable al cambio; o bien, puede nacer, de modo intrínseco, en una organización.