



La responsabilidad social en la industria del petróleo y el gas

Por **Dra. Beatriz Balian de Tagtachian**

Directora del departamento de sociología de la UCA

El concepto de RSE y su contexto

El concepto de RSE es un nuevo componente para una nueva realidad socioeconómica.

En una sociedad heterogénea, compleja y globalizada, esta idea se incorpora al esquema de trabajo del mundo de los negocios y aparece asociado a la idea de sostenibilidad mediante la cual se consideran las relaciones entre necesidades económicas, ambientales y sociales sin comprometer los requerimientos futuros.

“No existe una definición ampliamente compartida de RSE” (Zamagni, 2005). La RSE se determina de distintas maneras. Si bien la mayoría de las especificaciones la entienden como la incorporación voluntaria por parte de las empresas –más allá de lo obligatorio según la legislación vigente de los países– de las preocupaciones sociales y del medioambiente en la gestión de sus negocios; las razones de ello se sustentan en diferentes puntos, cuyos extremos podrían plantearse en dos formas sintéticas: por interés, o por principios. La primera hace alusión a una estrategia favorable de acción o en otros términos un proceso que favorece la búsqueda de maximización de beneficios económicos pero respetando las restricciones del contexto. Incluso ese respeto le otorga beneficios a las empresas entre los cuales se menciona un reconocimiento positivo que se mani-

fiesta en aspectos tan diferentes y complementarios como aumento de la buena imagen y reputación, de ventas y lealtad de los consumidores, mayores posibilidades para atraer y mantener empleados, reducción de costos operativos, acceso a mayor capital, aumento de la productividad y calidad, mejores desempeños financieros, así como también reducción de las supervisiones locales y nacionales.

La RSE mirada desde la perspectiva de los principios está ligada más al comportamiento humano que al de la organización en sí.

Desde una perspectiva humanista aparece vinculada a la realización personal. En esa línea se reconocen tres cualidades en el mundo de los negocios: creatividad, construcción de una comunidad y realismo práctico. El primero es posible por el coraje, el trabajo fuerte y la constancia, la construcción de una comunidad, por un comportamiento honesto, generoso y con espíritu de justicia y el realismo práctico se manifiesta mediante la capacidad para escuchar, el estar alerta, poseer una visión amplia, y capacidad de autocritica y autocorrección (Novak, 1998).

Estos aspectos son de un orden diferente, quizás más profundos, pero son el sustrato que permite llevar a cabo los otros con consistencia.

La RSE es un concepto dinámico que se ha ido perfeccionando desde distintos enfoques: el de la formulación teórica, proveniente de distintos organismos especialmente los internacionales quienes fueron orientando las acciones hacia las ideas de derechos humanos, cuidado del medioambiente, erradicación de la pobreza y algunos similares; y por otro lado el de la experiencia misma, que a su vez también es cambiante.

La RSE en las empresas del petróleo y del gas

Las industrias del petróleo y del gas iniciaron el estudio de la RSE en el año 2001 con el análisis de sus actividades comunitarias.

Gran parte de estas empresas se caracterizan por radicarse en aquellas zonas que disponen del recurso natural, que suelen estar alejadas de regiones muy urbanizadas y que cuando se instalan dan lugar a la concentración de población y por tanto son el origen del establecimiento de nuevas organizaciones y de vinculaciones sociales. Y éstas no son efímeras porque las inversiones están orientadas al largo plazo.

El estudio de 2001 permitió reconocer que el 93% de estas empresas realizaba actividades comunitarias y que la mayoría lo hacía en su zona de influencia. Los temas a los que se dedicaban en orden de importancia eran educación, medioambiente, salud, cultura, ciencia e investigación, desarrollo comunitario y religión.

Los estudios realizados en los años 2004 y 2007 ampliaron su foco de análisis y se concentraron en el concepto de RSE, donde la actividad comunitaria es una de sus dimensiones sumada al cumplimiento de normas de salud, seguridad e higiene, el cuidado del medioambiente, la atención de su personal y el carácter de sus relaciones comerciales.

El conjunto de las empresas que presentan sus actividades puede describirse sintéticamente de la siguiente manera: se dedican predominantemente a producción, exploración, servicios petroleros y distribución de gas; tienen presencia en

distintas jurisdicciones del país, y también algunas en otros países, son de diferente tamaño, desde las que tienen menos de 200 empleados hasta las que superan ampliamente los 600. Un elemento que las identifica es su idoneidad profesional. En el estudio de 2007 el 84% menciona poseer una certificación o reconocimiento de calificación empresarial. En las empresas de más de 600 empleados, esa proporción es del 100%.

El cumplimiento de los parámetros de salud, seguridad e higiene, son fundamentales en estas empresas y en general también poseen programas propios de certificaciones específicas sobre este aspecto¹.

En el estudio del año 2007, el 54% de las empresas menciona que tienen certificación ISO 14001 correspondiente al desarrollo y calidad de gestión ambiental. Ésta no es una cuestión menor, pues es uno de los temas más controversiales en el sector, el que está muy asociado a contaminación y anomalías².

En cuanto a la atención de su personal se distinguen varios aspectos: los beneficios laborales, aquellos que hacen al desarrollo de cada uno y permiten mantener la empleabilidad del personal por su permanente capacitación; los sociales, aquellos que constituyen ayudas que no guardan relación directa con la tarea del empleado pero que colaboran para una mejor calidad de vida para él y su familia; así como el análisis de la situación general mediante las encuestas de clima sociolaboral.

En 2007 se registra que, en relación con los beneficios laborales, el 92% de las empresas realizó cursos de capacitación laboral y el 81% cursos de desarrollo profesional. Entre los beneficios sociales, aunque en menor proporción que los anteriores, se destacan ayudas ante situaciones de enfermedad familiar (54%) así como ante la maternidad (51%) y en proporción aún mucho menor en aspectos tales como programas de pensión (24%) o financiación para la casa propia (19%).

El otro aspecto a considerar es el de las encuestas de clima sociolaboral, que además muestra un fuerte crecimiento, pues en el informe del año 2004, constituían el 46% de las empresas y en 2007 llega al 69%, y se registra un crecimiento en todos los tamaños de empresa, lo que implica que estos beneficios no corresponden únicamente a las más grandes y por tanto puede afirmarse que se afianza una práctica en el esquema general de negocios independientemente del tamaño.

En cuanto a las relaciones comerciales se distinguen dos actores: los clientes y los proveedores.

En relación con el cliente, el 51% de las empresas menciona que tiene programas para conocer su satisfacción mediante diferentes formas: línea telefónica 0800, e-mail, encuestas de satisfacción, encuestas para evaluar la calidad de los servicios, encuestas para evaluar la imagen, entre las más importantes.

Los proveedores son seleccionados por tres criterios principales: calidad, cumplimiento y precio, pero también se mencionan otros como confiabilidad, ética y responsabilidad social, lo que le otorga a las relaciones comerciales significados más integrales, donde la maximización de beneficios no es el único interés.

El 95% de las empresas realiza actividades comunitarias y éstas están centradas principalmente en educación

(97%), salud (86%), medioambiente (66%) y seguridad pública (66%).

Las acciones de educación y salud están dirigidas especialmente a la niñez, adolescencia y la relación materno-infantil. Los proyectos en educación son principalmente de equipamiento, infraestructura y cursos de formación y capacitación. En cambio en salud predominan las campañas de opinión pública.

Las empresas de este sector en forma continuada han apoyado programas referidos a la atención de la pobreza. En 2007 el 46% de las empresas tiene proyectos focalizados en nutrición infantil, contención de niños en riesgo, mejora de infraestructura, y también aspectos artísticos. A ello se ha agregado que el 49% de las empresas menciona programas de creación de fuentes de empleo.

Los diferentes proyectos generan asociatividad con otros sectores. Al respecto la evolución 2001, 2004 y 2007 muestra crecimiento con todos los sectores pero en forma más significativa con otras empresas según puede advertirse en el cuadro 1.

Cuadro 1. Proporción de empresas vinculadas con diferentes sectores

	2001	2004	2007
ONGS	43%	59%	68%
Otras empresas	17%	26%	54%
Estado	34%	35%	43%

Las empresas muestran que han crecido también los programas de voluntariado corporativo. Mientras que en 2004, lo mencionaban el 24% de las empresas, en 2007 constituyen el 46%.

Los criterios de selección de los proyectos de actividades comunitarias no son homogéneos. Al respecto vale decir que mientras el 38% lo hace sobre la base de diagnósticos y/o evaluación, el 35% sigue principios de las compañías. Tampoco es uniforme la medición del impacto. El 40% menciona que lo hace, y para ello considera encuestas, informes, seguimientos o premios obtenidos, pero hay escasas menciones sobre la relación entre los objetivos propuestos y los logros alcanzados.

Más allá de diferentes matices puede señalarse que desde el año 2001 se presenta continuidad en proyectos de educación y salud con énfasis en sectores de la vida familiar y en ese aspecto uno de sus desafíos es la formulación de lineamientos de trabajo específicos a fin de poder evaluar y conocer los aportes concretos al mejoramiento de la calidad de vida.

La novedad del año 2007, según ya se ha mencionado, es la realización de nuevos proyectos para la generación de empleo y en ese sentido el desafío es sostener los esfuerzos para la creación de fuentes de trabajo con adecuación a los nuevos contextos socioeconómicos y socioculturales.

Ordenamiento general y reflexiones sobre el concepto de RSE

Las acciones comunitarias han sido propias de las empresas de este sector, pero también muchos de los aspectos anteriormente presentados. Sin embargo, la novedad actual está en que esos diferentes aspectos que correspondían a secciones

diferentes y además se mantenían separados, hoy se comienzan a considerar de manera conjunta, especialmente mediante la idea de sostenibilidad. Al respecto merece atención la tabla 1 donde se ordenan las dimensiones consideradas en forma decreciente. Se puede advertir que entre los aspectos que presentan mayor proporción no sólo figuran aspectos claves del negocio como el cumplimiento de pautas de salud, seguridad, higiene; la capacitación laboral, la calificación empresarial o el desarrollo profesional, sino que los de porcentaje más alto son los que corresponden al cuidado del medioambiente y la realización de las actividades comunitarias, lo que pone a esos temas como núcleo central de las actividades del sector.

Distintos organismos internacionales y nacionales proponen formas de medición de la RSE y para ello consideran estos diferentes aspectos, a fin de obtener una mirada conjunta y comprensiva de la empresa, contexto en el que se habla de la ciudadanía empresaria y se plantea "no sólo cuánto gana sino cómo gana".

Tabla 1. Ordenamiento porcentual de aspectos de dimensiones de RSE cumplidas por las empresas

Cuidado del medioambiente	97%
Acciones comunitarias	95%
Cumplimiento de salud, seguridad, higiene	94%
Capacidad laboral	92%
Calificación empresarial	84%
Desarrollo profesional	81%
Encuestas sociolaborales	69%
Atención al cliente	51%
Proyectos para la familia del personal	46%
Incorporación de grupos minoritarios	22%

Por ello puede decirse que la RSE es un concepto mediador entre los negocios y la ética.

Los negocios se centran en la gestión estratégica de intereses pero ésta se asienta también en principios y valores orientados por la ética.

Cuando las acciones que se realizan, especialmente las más controvertidas como las acciones comunitarias o las correspondientes al cuidado del medioambiente, se hacen únicamente con una visión estrictamente interesada, los proyectos pueden resultar limitados y/o no se sostienen en el tiempo; en cambio, cuando están orientados por principios más generales alineados con la sostenibilidad y el desarrollo humano, todos los participantes crecen, aprenden de la experiencia y la sinergia es parte del proceso. ■

Referencias bibliográficas

- Balian de Tagtachian, Beatriz. *La responsabilidad social de las empresas de la industria del petróleo y del gas*. IAPG. Buenos Aires. 2007.
- Novak, Michael. *Los negocios como vocación*. Emecé. Buenos Aires. 1998.
- Zamagni, Stefano. "El fundamento ético de la responsabilidad social de la empresa", en *Universitas*. Ed. Universidad Católica Argentina. Buenos Aires. 2005.

- 1 La experiencia de haber podido visitar diferentes plantas a mediados de la década del 90 y en los dos últimos años me ha permitido comprobar personalmente el aumento y cumplimiento de pautas de seguridad en este sector industrial.
- 2 También la experiencia personal me ha permitido ver algunos lugares que se consideraban focos de contaminación y donde hoy crecen árboles, lo que muestra el deseo de revertir y solucionar problemas ambientales.